

# DIMENSÕES ECONÔMICAS DA CULTURA

Experiências no campo da Economia Criativa no Rio de Janeiro



Flávia Lages de Castro  
Mário F. de Pragmácio Telles  
(Coordenadores)

**Editores**

João de Almeida  
João Luiz da Silva Almeida

**Conselho Editorial**

Adriano Pilatti	Geraldo L. M. Prado	Lúcio Antônio Chamon Junior
Alexandre Bernardino Costa	Gina Vidal Marcilio Pompeu	Luigi Bonizzato
Alexandre Morais da Rosa	Gisele Cittadino	Luis Carlos Alcoforado
Ana Alice De Carli	Gustavo Noronha de Ávila	Luiz Henrique Sormani Barbugiani
Beatriz Souza Costa	Gustavo Sénéchal de Goffredo	Manoel Messias Peixinho
Bleine Queiroz Caúla	Helena Elias Pinto	Marcellus Polastri Lima
Caroline Regina dos Santos	Jean Carlos Fernandes	Marcelo Ribeiro Uchôa
Daniele Maghelly Menezes Moreira	Jerson Carneiro Gonçalves Junior	Marco Aurélio Bezerra de Melo
Diego Araujo Campos	João Carlos Souto	Ricardo Lodi Ribeiro
Emerson Garcia	João Marcelo de Lima Assafim	Roberto C. Vale Ferreira
Firly Nascimento Filho	João Theotonio Mendes de Almeida Jr.	Sérgio André Rocha
Flávio Ahmed	José Emílio Medauar	Victor Gameiro Drummond
Frederico Antonio Lima de Oliveira	Leonardo El-Amme Souza e Silva da Cunha	Sidney Guerra
Frederico Price Grechi		

Conselheiro benemérito: Marcos Juruena Villela Souto (*in memoriam*)

**Conselho Consultivo**

Andreyra Mendes de Almeida Scherer Navarro	Caio de Oliveira Lima
Antonio Carlos Martins Soares	Francisco de Assis M. Tavares
Artur de Brito Gueiros Souza	Ricardo Máximo Gomes Ferraz

**Filiais**

Sede: Rio de Janeiro  
Av. Presidente Vargas - n° 446 –  
7° andar - Sala 705  
CEP: 20071-000  
Centro – Rio de Janeiro – RJ  
Tel. (21) 3933-4004 / (21) 3249-2898  
São Paulo (Distribuidor)  
Rua Correia Vasques, 48 –  
CEP: 04038-010  
Vila Clementino – São Paulo – SP  
Telefax (11) 5908-0240

Minas Gerais (Divulgação)  
Sergio Ricardo de Souza  
[sergio@lumenjuris.com.br](mailto:sergio@lumenjuris.com.br)  
Belo Horizonte – MG  
Tel. (31) 9296-1764  
Santa Catarina (Divulgação)  
Cristiano Alfama Mabilia  
[cristiano@lumenjuris.com.br](mailto:cristiano@lumenjuris.com.br)  
Florianópolis – SC  
Tel. (48) 9981-9353

Flávia Lages de Castro  
Mário F. de Pragmácio Telles  
*Coordenadores*

# DIMENSÕES ECONÔMICAS DA CULTURA:

Experiências no campo da  
economia criativa no Rio de Janeiro

Editora Lumen Juris  
Rio de Janeiro  
2015

Copyright © 2015 by Flávia Lages de Castro, Mário F. de Pragmácio Telles

Categoria: Economia Criativa

PRODUÇÃO EDITORIAL  
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Capa: Cristiana Fernandes,  
Maria Célia Martins Melo e  
Daniela Martins Melo.

Diagramação: Camila Cortez

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.  
não se responsabiliza pelas opiniões  
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer  
meio ou processo, inclusive quanto às características  
gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais  
constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895,  
de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e  
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à  
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil  
*Printed in Brazil*

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

---

D582 Dimensões econômicas da cultura : experiências no campo da economia criativa no  
Rio de Janeiro / Flávia Lages de Castro, Mário F. de Pragmácio Telles, coordenadores.  
– Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2015.  
xii, 264 p. ; 21 cm.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-8440-422-3

1. Cultura – Aspectos econômicos. 2. Cultura – Aspectos econômicos – Rio de  
Janeiro (Estado). 3. Política cultural. 4. Rio de Janeiro (Estado) – Política cultural.  
5. Desenvolvimento econômico. I. Castro, Flávia Lages de. II. Telles, Mário F. de  
Pragmácio.

CDD 306.47

# Sumário

**Sobre os autores** ..... VII

## **Prefácio**

**A Economia da Cultura e o Desenvolvimento do Brasil** ..... 1  
*Juca Ferreira*

## **Uma Introdução**

**O Sorriso da “Mona”:** reflexões sobre Economia Criativa ..... 11  
*Flávia Lages de Castro*

## **Capítulo 1**

**Bases teóricas e metodológicas para identificação, mapeamento e planejamento de territórios criativos** ..... 27  
*Frederico Lustosa da Costa*  
*Augusto Paulo Cunha*

## **Capítulo 2**

**O Porto Maravilha e a ênfase cultural dos novos projetos urbanos** ..... 59  
*João Domingues*

## **Capítulo 3**

**Sustentabilidade das manifestações tradicionais e o ethos devocional: aproximações com as Folias de Reis na Baixada Fluminense** ..... 93  
*Leonardo C. Guelman*

## **Capítulo 4**

**Cultura, território e economia – estudos do Caminho Niemeyer em Niterói/RJ** ..... 113  
*Luiz Augusto F. Rodrigues*

## Capítulo 5

**Direitos culturais e política: as relações entre economia criativa e patrimônio cultural imaterial a partir do caso da Rede Fitovida** ..... 161

Mário F. de Pragmácio Telles

*Luã Fergus*

*Anderson Moreira*

## Capítulo 6

**“O abre alas, que eu quero passar”:** Contribuições para Pensar a Economia da Festa através do Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro ..... 195

*Marina Bay Frydberg*

*Rebeca Eler de Carvalho Eiras*

## Capítulo 7

**Festivais Audiovisuais Fluminenses - Um mapeamento do setor** ..... 225

*Tetê Mattos*

*Rafael Vebber*

*Pedro Henrique Conceição dos Santos*

## Anexo

**Lista dos festivais apurados que realizaram suas edições em 2013** ..... 249

## Sobre os autores

Uma Introdução | O Sorriso da “Mona”: reflexões sobre Economia Criativa

### **Flávia Lages de Castro**

Professora Adjunta do Departamento de Arte, Coordenadora do Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro - MinC/UFF. Possui graduação em História pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, mestrado em História Social e Doutorado em Sociologia e Direito pela UFF. Vem atuando na área de Política e Gestão Culturais, tendo como linhas de pesquisa a gestão cultural, e as políticas públicas de cultura. Professora do curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense e do Programa de Pós Graduação em Cultura e Territorialidades da mesma instituição. Participa como pesquisadora do Laboratório de Ações Culturais -LABAC/UFF. É editora do Periódico PragMATIZES - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura e coordenadora do Observatório de Economia Criativa - UFF/ MinC.

Bases teóricas e metodológicas para identificação, mapeamento e planejamento de territórios criativos

### **Frederico Lustosa da Costa**

Professor da Universidade Federal Fluminense, membro da Academia Brasileira de Ciências da Administração e Vice-Presidente da Sociedade Brasileira de Administração Pública (SBAP). Foi professor Titular da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e professor visitante do Instituto Superior de

Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE/IUL, Lisboa) e da École Supérieure de Commerce de Paris (ESCP Europe). Graduado como Bacharel em Economia pela Universidade Federal do Ceará (UFC, 1979), em Fortaleza, é Mestre em Administração Pública pela EBAPE/FGV, no Rio de Janeiro (1990), e em Comunicação Política (DEA) pela Universidade Paris I (Pantheon-Sorbonne), em Paris (1994), reconhecido como Mestrado em Ciência Política pela UnB (2009), e Doutor em Gestão, pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE/IUL), em Lisboa, Portugal (2007), também reconhecido pela Universidade de Brasília (UnB, 2010), neste caso como Doutorado em Administração. É também especialista em Análise Organizacional pela EBAPE/FGV, em Recife (1980), e em Gerenciamento de Projetos pela Fundação Alemã para o Desenvolvimento Internacional (DSE), em Berlim (1989), e pelo Instituto de Desenvolvimento Social (INDES) do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em Washington (2007).

## **Augusto Paulo Cunha**

Pesquisador do Instituto Brasileiro de Administração Pública e Apoio Universitário de Rio de Janeiro – IBAP-RJ.

O Porto Maravilha e a ênfase cultural dos novos projetos urbanos

## **João Domingues**

Doutor em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor Adjunto do curso de Graduação em Produção Cultural e do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense (UFF), e líder do grupo de pesquisa “Cultura, Política e Território”.

Sustentabilidade das manifestações tradicionais e o *ethos* devocional: aproximações com as Folias de Reis na Baixada Fluminense

### **Leonardo C. Guelman**

Professor, escritor e pesquisador em arte e cultura. Possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal Fluminense (1986), mestrado em Filosofia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1997) e doutorado em Literatura Comparada pela Universidade Federal Fluminense (2011). É professor adjunto da Universidade Federal Fluminense. Idealizador e coordenador do Projeto Rio com Gentileza que promoveu duas ações de restauração (em 2000 e em 2010) da obra mural do Profeta Gentileza no Rio de Janeiro. Foi coordenador do curso de graduação em Produção Cultural da UFF (1997-2000), Diretor do Centro de Artes UFF (2001-2006), Curador do Teatro Raul Cortez (2007-2008) e Diretor do Instituto de Arte e Comunicação Social da UFF (2011-2014). Atualmente é Superintendente do Centro de Artes UFF. É professor do Departamento de Arte da UFF e do Programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades, voltando suas pesquisas para o âmbito das narrativas e da sustentabilidade das manifestações tradicionais. É coordenador do projeto “Prospecção e Capacitação em Territórios Criativos” UFF/MINC.

Cultura, Território e Economia – estudos do Caminho Niemeyer em Niterói/RJ

### **Luiz Augusto F. Rodrigues**

Possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal Fluminense (1987) e doutorado em História Social pela Universidade Federal Fluminense (1997). É professor Titular do Departamento de Arte da UFF e Coordenador do mestrado em Cultura e Territorialidades. Atua,

também, junto ao curso de Produção Cultural, bacharelado o qual ajudou a criar (1995) e coordenou (2011-2012). Dirigiu o Pólo Universitário de Rio das Ostras -PURO/UFF. Vem atuando na área de Política e Gestão Cultural, tendo como linhas de pesquisa temas como: gestão cultural, políticas públicas de cultura, cidade e cultura, modernidade e espaço universitário. Coordena o Laboratório de Ações Culturais -LABAC/UFF e um dos representantes da UFF junto ao FIC/Fórum Interuniversitário de Cultura. Coordenou o projeto Ponto de Cultura Niterói Oceânico (MinC-CCARO, 2007-2012). Presidiu o Conselho de Cultura de Niterói no biênio 2008-2010. Foi representante da UFF junto ao Programa Interinstitucional de Cultura das Universidades Públicas da Regional Sudeste -PRINC (2008-2010). É um dos editores de PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura. Pesquisador associado ao OBEC-RJ / Observatório de Economia Criativa do RJ.

Direitos Culturais e Política: as relações entre Economia Criativa e Patrimônio Cultural Imaterial a partir do Caso da Rede Fitovida

### **Mário F. de Pragmácio Telles**

Advogado, Doutorando em Teoria do Estado e Direito Constitucional pela PUC-RIO. Mestre em Museologia e Patrimônio pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO e especialista em patrimônio cultural pelo Programa de Especialização em Patrimônio - PEP/IPHAN (Atualmente Mestrado Profissional). Foi consultor da UNESCO (2010-2011) em projeto relacionado ao patrimônio cultural e também foi professor substituto na graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense (2012-2014), onde foi responsável pela concepção, implantação e coordenação do Observatório Estadual de Economia Criativa - OBEC/RJ (2012-2015). Atualmente, leciona no Mestrado Profissional do IPHAN (PEP/MP), na pós-graduação em

Produção Cultural, no MBA em Gestão Cultural e no MBA em Gestão de Museus da Universidade Cândido Mendes, no Rio de Janeiro. Atua nas seguintes áreas: Direitos Culturais, Direito Autoral, Patrimônio Cultural, Políticas Culturais e Economia Criativa.

### **Luã Fergus**

Graduando em Direito pela UFF, estagiário do CTS - FGV.

### **Anderson Moreira**

Advogado, Mestre em Preservação do Patrimônio Cultural pelo IPHAN e graduando em Cinema e Audiovisual pela UFF.

“O abre alas, que eu quero passar”: Contribuições para Pensar a Economia da Festa através do Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro

### **Marina Bay Frydberg**

Professora do Departamento de Arte da Universidade Federal Fluminense, no curso de Produção Cultural e no Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades. Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Possui especialização em Patrimônio Cultural em Centros Urbanos pela mesma instituição. Estuda a relação entre antropologia e economia, através da música e do carnaval.

### **Rebeca Eler de Carvalho Eiras**

Atualmente é aluna da Universidade Federal Fluminense e produtora cultural da Fundação de Artes de Niterói. Tem experiência na área de pesquisa em Economia Criativa e em Planejamento Cultural público.

## **Tetê Mattos**

Niteroiense, mestre em Ciência da Arte pela Universidade Federal Fluminense, e doutoranda do Programa de pós-Graduação em Comunicação da UERJ. É professora do Departamento de Arte da UFF desde 1997, onde ministra aulas para o curso de Produção Cultural. Dirigiu os documentários premiados “Era Araribóia um Astronauta?” (1998) e “A Maldita” (2007). Atualmente finaliza o seu primeiro longa-metragem “Maldita FM”. Publica artigos em revistas e livros especializados em cinema. Exerce atividades de curadoria em diversos festivais. Foi diretora do Araribóia Cine – Festival de Niterói, realizado entre 2002 e 2013.

## **Rafael Vebber**

Gaúcho de Caxias do Sul, graduando em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense. Pesquisador assistente na pesquisa “Corpo e Arte Contemporânea no RJ” (PIBIC - 2012) e bolsista pesquisador do “Mapeamento dos Festivais Audiovisuais Fluminenses” (OBEC/RJ - 2014). Produtor do “Rio Festival Gay de Cinema 2014” e do projeto midiático “TV Bandeirão – UFF” (2013-2015). Atuação como assistente de produção em diversos festivais audiovisuais.

## **Pedro Henrique Conceição dos Santos**

Formado em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (2015). Tem experiência na área da Cultura. Participou do Observatório Brasileiro da Economia Criativa do Rio de Janeiro, como bolsista de monitoria, atrelado à pesquisa “Mapeamento dos Festivais Audiovisuais Fluminenses”.

# Prefácio

## A Economia da Cultura e o Desenvolvimento do Brasil

Nunca se falou tanto da capacidade que tem a cultura de gerar economias. Cada vez mais isso evidencia-se em todo o planeta. Consequência, em grande medida, das transformações havidas no mundo das comunicações, especialmente devido à expansão do ambiente digital.

O momento em que vivemos no Brasil, e no mundo, reforçam a necessidade de melhor circunscrevermos a contribuição da economia da cultura para o desenvolvimento de nosso país. O que, em outras palavras, significa buscarmos melhor entender seu papel, seu significado, seu modus operandi, sua capacidade de gerar economias e de nos afirmar como Nação.

Estamos falando de um mercado na mais franca expansão em um mundo em crise, e para o qual ainda não nos organizamos para nele participar e competir. Estamos falando de um mercado que valoriza uma de nossas mais abundantes riquezas: a criatividade. Estamos falando de uma das mais sustentáveis formas de produção do mundo contemporâneo, de uma poderosa alternativa à desconcentração de nosso desenvolvimento, de promoção de sua interiorização, fundamental para realizarmos uma mais equitativa federalização de nossa capacidade produtiva.

Em 1997, Montreal, no Canadá, iniciou a criação do que se chamou “Cidade Multimídia”, disponibilizando infraestrutura e destravando amarras institucionais que atraíssem e permitissem uma ágil operacionalização dos negócios, sobretudo de videogames. Fato é que, com estas políticas, Montreal também atraiu grandes empresas internacionais da área e hoje paga salários duas vezes e meia mais altos que a média existente em Quebec. Consolidou uma comunidade de interesses que vai da formação ao desenvolvimento de sistemas.

A expansão deste modelo para outros lugares do país, tornou o Canadá, em pouco tempo, a terceira maior expressão mundial no ramo, atrás apenas do Japão e dos Estados Unidos. Estamos falando de uma cadeia de produção que hoje fatura mais que o cinema e obtém o dobro do que lucra o campo da música. E que, em alguns nichos, como o dos aplicativos para smartphones e *tablets*, cresce a taxas superiores a 50%.

Estamos ainda articulando uma visão estratégica para a economia da cultura. Para que tenhamos uma política arrojada neste campo, precisamos compreender suas leis de funcionamento, como diriam os economistas. Sem isso não temos como gerar indicadores mais precisos, nem como medir a eficiência das ações de fomento e regulação.

Estamos convencidos de que a orquestração de uma política capaz de alavancar uma economia da cultura à altura do Brasil, requer o concurso de muitos atores. Diante de tanto interesse, desconfiamos que um grande obstáculo tem sido resultante de uma limitada compreensão da natureza da atividade econômica de que falamos. Temos que reconhecer que há mesmo uma dificuldade de entendimento do assunto, o que em muito limita a projeção das estratégias de estímulo ao desenvolvimento da economia da cultura. Tal dificuldade de entendimento, de algum modo, tem se expressado na diversidade conceitual que encontramos sobre o assunto, mas especialmente na delimitação de seu território, sobretudo na definição dos limites de sua ação; daquele instante em que começa e termina a dimensão criativa de uma atividade econômica. Isso, em grande medida, explica a precariedade de nossos levantamentos estatísticos, apesar dos louváveis esforços de algumas de nossas mais renomadas instituições.

Problemas de ordem conceitual e metodológica criam grandes dificuldades à delimitação do universo das atividades em questão, agravadas ainda mais pela precariedade dos instrumentos de análises comparativas em decorrência das diversas modalidades de lidar com o assunto e da carência de estatísticas. A produção de indicadores e

informações sobre as atividades deste setor ainda é muito recente, e precária. Somente a partir do Governo Lula é que o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística passou a produzir indicadores para o segmento cultural. Ainda assim as séries históricas de que hoje dispomos são muito precárias. Os números ainda são poucos e muita sistematização ainda está por ser feita. Entretanto, o que temos de informação já nos revela a força que tem este segmento. Bem como suas deficiências, como não poderia deixar de ser.

Este é um assunto que ainda carece de acordos internacionais que facilitem a existência de indicadores comparáveis, sendo a Unesco uma das instituições que mais avançou neste esforço. Segundo a ONU esta é uma economia que já responde por mais de 7% do PIB mundial, com atividades onde cada milhão investido gera 160 novos empregos. Segundo pesquisa realizada pelo IBGE, já há dez anos atrás, 7% do orçamento das famílias brasileiras, em média, são destinados ao consumo de bens e produtos culturais. A mesma pesquisa estima em 3,1 milhões o número de profissionais trabalhando nas chamadas indústrias criativas. Ainda segundo o IBGE, o segmento criativo cresceu a uma média anual de 6,13%. Por sua vez, segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD este segmento contribuiu com 2,84% na composição do PIB nacional. Tal dimensão e papel estratégico já estão começando a atrair a atenção de nossos planejadores.

A dificuldade de enxergar a economia da cultura tem feito com que ela seja, quase sempre, agrupada pelo produto, e não pelo processo. Embaixo deste seu guarda-chuva cabem jogos eletrônicos, software, comércio de antiguidades, edição, editoração e publicação, além do que já foi citado. É fato que os trabalhadores deste segmento costumam apresentar nível de instrução mais elevado que a média. E que a sua correlação entre formação e salário é mais efetiva. O trabalhador deste setor tem um rendimento médio e domiciliar e uma participação no mercado superior à média da população ocupada.

É visível que a nova divisão internacional do trabalho se recompõe a partir de atividades mais dinâmicas e mais intensivas em conhecimento. O nosso grande desafio no contexto atual é pensar estratégias econômicas que visibilizem e compartilhem o conhecimento e a criatividade da sociedade brasileira por meio de bens culturais. Para tanto, temos que ter uma visão mais clara da complexidade intersetorial e identitária da economia de que estamos tratando. Precisamos pensar o desenvolvimento econômico em toda a sua escala e pluralidade.

É preciso que tenhamos clareza da dimensão criativa na organização da produção desta economia, sendo ela naturalmente globalizada. Realmente, este não é um conceito tão óbvio assim, carece mesmo de uma caracterização mais fiel à realidade que se quer apreender.

Por tudo isso, podemos dizer que o conhecimento em torno do assunto só bem recentemente começou a sistematizar-se, a ser pensado em sua modernidade, enquanto economia com características e dinâmicas específicas e globalmente distribuída. Isso só foi mesmo acontecer há um pouco mais de uma década. Trata-se, pode-se dizer, de um tema ainda em mutação, e que, em função disso, nos exige um olhar permanentemente renovado. Desde meados do século XIX esse ambiente econômico se anuncia nas entranhas das transformações pelas quais passavam os países que primeiramente se industrializaram, que já começavam a valorizar o trabalho criativo, o posicionando como importante elemento para aumento da produtividade. Desde quando o processo de industrialização passa a ditar as regras do jogo capitalista - primeiramente no mundo ocidental - observamos o crescimento avassalador do processo de urbanização, aglomeração da população do planeta nas cidades e ampliação das faixas médias da população, gradativamente incorporadas a um mercado que, para sobreviver e se expandir a partir da estratégia de acumulação, precisava comercializar cada vez mais.

A sua dialética é que lucrar mais, ou “melhor remunerar o capital”, ou mais acumular, verdadeiramente só se consegue vendendo

mais, e para vender mais o capital precisa incorporar cada vez mais consumidores, especialmente quando se esgotam as suas “demandas inelásticas”, é quando começa-se a evidenciar limitações no seu modelo. Sua conhecida crise cíclica. Em torno desta contradição ele vai se superando: com inovações tecnológicas baseadas em conhecimento que ampliam a produtividade social do trabalho.

O caminho para ampliar e diversificar a economia, portanto, reside em grande medida na criatividade e no desenvolvimento tecnológico. Efetivamente, nos dias atuais, a incorporação de mais criatividade aos processos de produção, distribuição e organização do trabalho, alinhado a incorporação de novas tecnologias, são importantes ativos para o aumento na produtividade do trabalho e do valor dos bens e serviços. A intensidade e ampliação da jornada de trabalho contam com limitações físicas e estabelecem fronteiras diferentes das que são operadas a partir de ativos intangíveis como a criatividade.

As cidades empreendem formas muito particulares de estarem no mundo. Com a expansão da urbanidade, a arte verdadeiramente ampliou seus limites. Hoje ela está nas ruas, nos murais, nas paredes, nos outdoors, nas prateleiras de supermercado, nas latas de sopa, no comercial, na roupa, no penteado e, principalmente, nos modos de convívio comunitário. As linguagens artísticas se interpenetraram, não respeitaram as fronteiras para elas estabelecidas, combinam-se e se unem para produzir novos sentidos e despertar novas sensibilidades. O cinema foi uma grande síntese deste momento. Por tudo isso, não tem caixinha onde caiba a arte no mundo contemporâneo.

A revolução industrial articulou os diversos setores da economia como nunca antes havia acontecido. Certamente Adorno e seus pares na Escola de Frankfurt batizaram o fenômeno de industrial, lhe dando um status mais impactante, em grande medida para chamar a atenção sobre a sua efetivamente grandiosa presença na economia de nossa época, uma economia que no mundo contemporâneo chega a movimentar mais riquezas do que tradicionais ramos como o automobilístico.

O conceito de economia da cultura, entretanto, costuma ter uma conotação mais ampla que o de indústria cultural, sendo esta tradicionalmente caracterizada pela produção de bens e serviços com conteúdos culturais sujeitos aos direitos autorais. Um subconjunto das atividades culturais, que deixa de fora a dimensão econômica de manifestações culturais e produções simbólicas sem fins comerciais, ou que não apresentam estratégias de reprodutibilidade em massa ou escala de inserção no mercado. Por isso, adotamos a concepção de economia da cultura, sem com isso desvalorizar outros ambientes de significação desse processo, como a economia criativa, para a qual estamos empenhados em dinamizar e ajudar a construir uma visão estratégica.

Nunca nos esqueçamos de que o valor das mercadorias é algo determinado socialmente, segundo valores e necessidades culturalmente desenvolvidos. Antes de prosseguir, façamos uma rápida digressão para nos permitir captar a complexidade intersetorial da economia de que estamos tratando. A economia criativa se instala e ganha dimensão na proporção inversa à redução relativa da participação do setor industrial em todo o planeta, à chamada desindustrialização que explica a atual divisão internacional do trabalho.

Mas, retomemos a questão da articulação entre os diversos setores. Ela tem se mostrado muito intensa, quase uma marca do desenvolvimento econômico no mundo contemporâneo, onde a produção de bens culturais se realiza intersetorialmente, lançando mão de arranjos produtivos complexos e sofisticados. Muito associada a certa divisão social do trabalho entre as nações, que tradicionalmente separava o trabalho manual e extrativista do trabalho intelectual.

Para as periferias, o capital está delegando as fases da produção mais exigentes em habilidades manuais, deixando para mais próximo das estruturas centrais o trabalho intelectualmente mais qualificado e que exige remuneração mais avantajada. Este é um fenômeno que se processa regional, nacional e internacionalmente. No mundo contemporâneo

a intersetorialidade tem sido cada vez mais sofisticada. Inovação, inteligência, elevação do nível de formação e criatividade são cada vez mais valorizadas e exigidas, pelo que agregam à colaboração produtiva e à própria competitivamente. A criatividade não está apenas no trabalho de um arquiteto, de um cineasta, num escritor admirado, em uma banda de música, ou na indústria de jogos e animações. Não vivemos mais na era industrial, a realidade é que quase 70% das atividades produtivas no mundo de hoje provem de atividades intelectuais e criativas.

Dessa forma, precisamos estruturar uma política nacional para a área, urgentemente. Somente a compreensão desta complexidade e da amplitude deste tema, poderá nos permitir encontrar um novo espaço de requalificação do desenvolvimento econômico. De alterar os rumos de uma globalização unilateral e centralizada. Uma economia capaz de nos tornar menos vulneráveis ao mercado de commodities e que, ao mesmo tempo, possa ampliar direitos sociais e possibilitar maior participação na riqueza produzida.

Fato é que as novas tecnologias de reprodutibilidade e veiculação e comercialização de bens culturais estão obrigando a que todos os países revejam suas legislações, atualizem suas regras e adaptem-se para um novo mercado que apenas se avizinha, diante das transformações que aponta.

As redes de informação que começavam a se agigantar a partir do final dos anos 60 e que nos faziam na época sentir-nos em uma “aldeia global” alteraram a lógica das relações entre centro e periferia, destruindo a ideia de Terceiro Mundo. As fronteiras nacionais passaram a ser mais tênues, e em muitos casos, verdadeiramente cambiantes. O planeta passou a compartilhar sua cultura como nunca dantes, conectando-se via satélite e formando grandes redes de televisão e de computadores, que viabilizaram meios audiovisuais de comunicação e que transformam cada cidadão em um produtor de conteúdo cultural com capacidade de marcar presença instantânea em uma rede

mundial. Esta “sociedade do conhecimento”, esta “era da informação”, “sociedade da informação”, da “economia em rede”, chega a ser chamada também de “sociedade pós-industrial”, tamanha a mudança que tem provocado. Tais transformações deram à produção e à circulação de bens culturais ou simbólicos um novo sentido, alterando radicalmente a industrialização e a base material da sociedade.

A cultura ganhou nova dimensão no mercado global. É verdade que o capital global busca constantemente novos mercados e coloca na grande roda de circulação das mercadorias as particularidades locais. As culturas se internacionalizaram. É verdade que a necessidade de incorporar novos mercados conduz a uma padronização, impõe modelos a povos e públicos bem distintos. Mas é verdade também que a adaptação do mercado local em alguma medida tem fugido ao padrão massificado pela economia global, como sobrevivência e como presença em um mercado carente de novos nichos. Em suma, em paralelo aos estilos ocidentais de vida que comercializa em suas mercadorias, o capital simultaneamente incorpora novos mercados que valorizam a cultural local.

O que define as particularidades, as singularidades de um lugar e de um povo é a cultura forjada em cada local. É ela quem dá o tom e a personalidade diferenciada dos seus bens e serviços. A singularidade toma um novo sentido na globalização; cresce a customização dos produtos, ampliam-se os nichos de mercado. E é precisamente a cultura quem dá a argamassa a tudo isso. São os elementos culturais quem dão singularidades aos bens, marcam o diferencial concorrencial, personalizam e particularizam o mercado e consolidam vantagens comparativas.

Lidar com a geração de novas plataformas capazes de possibilitar um desenvolvimento mais humano, participativo e distribuído, em que o principal ativo sejam os próprios repertórios simbólicos e saberes e fazeres culturais é um dos principais desafios contemporâneos para a economia e política pública de cultura. Um dos mais importantes ambientes para equalizar uma estratégia que consiga articular o papel

da cultura como plataforma de desenvolvimento socioeconômico local e de posicionamento brasileiro nos mercados regionais e internacional é a cooperação entre o Estado e as Instituições de Ensino e Pesquisa. A qualificação da gestão pública deve se nutrir de maneira estruturante a partir dos insumos gerados pelas diversas entidades voltadas à pesquisa no Brasil, de forma a promover uma intervenção mais efetiva e estratégica. Dessa forma, um dos programas geridos pelo Ministério da Cultura para a economia da cultura consiste no fomento à centros de geração e difusão de informações e pesquisas sobre a dimensão econômica da cultura, este é o caso dos Observatórios Estaduais de Economia Criativa. A Universidade Federal Fluminense, responsável pelo desenvolvimento do presente trabalho, sedia um dos seis centros do Programa, também presentes no Distrito Federal, Rio de Janeiro, Amazonas, Goiás e Rio Grande do Sul.

**Juca Ferreira**  
Ministro da Cultura



# Uma Introdução

## O Sorriso da “Mona”: reflexões sobre Economia Criativa

*Flávia Lages de Castro*

A devota parede dedicada a uma única obra é inacessível. Diante dela, um vidro blindado. Diante do vidro, uma barreira circular. Diante da barreira, centenas e centenas de espectadores. E entre o olho e o vidro e o quadro e o sorriso de Monalisa, centenas e centenas de câmeras, celulares, traquitanas, iPhones, levantados sobre as cabeças: o olho desvia da obra para permanecer diante da reprodução dela. Cem anos depois [do furto], La Gioconda permanece ausente (SENSHÔ, 2011).

### **1. Quanto custa a Monalisa?**

Há cerca de duas décadas, enquanto ministrava aulas de História no segundo segmento do ensino fundamental, um aluno me fez uma pergunta que ainda hoje reverbera em minha memória: “professora, quanto custa a Monalisa?”. Eu respondi, naquele momento, que seu preço era inimaginável, porque era imenso. De tão importante, a existência daquela obra de arte extrapolou o sentido monetário de valoração. Será?

O que a Monalisa gera de dividendos para o museu, o entorno, a cidade, o país que a abriga? Quantas pessoas têm o seu ganhar a vida atrelado, direta ou indiretamente, à criatividade de um homem do século XVI que retratou uma mulher em um quadro a óleo?

Ainda hoje há uma disputa, cada vez menos visível, mas ainda presente, entre aqueles que consideram os fazeres culturais como objetos naturais de políticas e pensamentos econômicos e aqueles que não querem sequer pensar no assunto.

Em uma versão de valoração monetária da cultura, Apocalípticos e Integrados, de Umberto Eco (2006), transformam-se em Puristas e “Vendidos”, na versão dos primeiros; e “Iludidos” e Práticos, na versão dos outros. Aos que não aceitam a inserção da cultura na estrutura econômica da sociedade e da política resta o argumento que ela “transcende”, portanto não pode ser maculada por algo tão vil quanto o dinheiro.

Essa ideia segue pressupostos que Kant desenhcou no século XVIII, quando afirmou que a arte e a literatura (para ele separadas) seriam dotadas de valores intrínsecos e especiais que somente poderiam ser medidos por parâmetros próprios. Ainda para Kant, que ressoa em argumentos puristas atuais, o estético deveria ter sua categorização somente atrelada ao prazer, portanto privado, contrapondo o individual desinteressado ao lucro (KANT, 2005).

Aos outros, baseados em uma visão que afirmam ser um pouco menos medieval da “usura” e do capitalismo, resta indicar ser impossível, nos dias de hoje, com a estrutura globalizada que temos na vida, descolar qualquer que seja o ato humano da lógica capitalista que invadiu todos os espaços que pôde.

Essa visão muitas vezes é enquadrada na noção de que o fazer cultural, como qualquer outro fazer humano, em uma sociedade capitalista, não consegue se furtar de existir plenamente nesse meio, ou seja, de ser tão capitalista quanto o próprio ethos no qual existe.

Não que anteriormente a Cultura não pudesse ser valorada. Lembremo-nos dos romanos antigos que levam a pecha de terem conquistado a Grécia e terem sido conquistados por sua cultura. Os despojos humanos, artísticos e de conhecimento enriqueceram a elite da Urbs que os vendeu em larga escala para o mundo conhecido deles.

Mas a universalização - que não é sinônimo de acesso amplo a bens culturais diversos - do subjetivo “direito à cultura” sugere haver uma noção que dê conta desse universo que, para além de uma economia da cultura, se inscreve sob a epígrafe poderosa da Economia da Cultura tratada amiúde mais adiante.

Por outro lado, parece haver ainda aqueles que criaram um meio termo nessa disputa, seja considerando que há o que pode ser monetarizado ou não, em uma hierarquização que leva em conta o que não pode ser monetarizado melhor que o outro, seja por considerar que há mais que a monetarização ou a valorização metafísica do fazer cultural para se avaliar. Os primeiros são os que diferenciam a Cultura de Massas e a Arte, sendo o prazer produzido pela primeira inferior, posto que

Tal como Richards, Adorno e Horkheimer herdaram de Freud uma noção de prazer vinculada estreitamente à ideia de resistência. O prazer de massa induzido pela indústria cultural 'se solidifica em tédio porque, para continuar sendo prazer, não deve exigir nenhum esforço, movimentando-se, pois, de modo rigoroso, pelos recantos gastos da associação' (CONNOR, 1994, p. 49).

Atentando para o fato de que a Indústria Cultural, que produz a cultura de massas, é aquela que se realiza para e a partir de lucros e monetarização da produção e do produto, gerando fortunas na medida em que sua base de consumo é potencialmente imensa, não é de estranhar que haja quem, por associar o ganho econômico à Indústria Cultural - e por desdenhar desta -, considere pejorativo afirmar que a "sua" arte é lucrativa.

Concordam, entretanto, todos os lados dessa disputa, que o fazer cultural pode e deve ser valorado, seja de forma não necessariamente material para uns ou objetivamente econômica para outros. Mesmo porque não se pode negar a lógica indicada por John Fekete quando afirma:

Sem pretender dizê-lo com demasiada elegância, vivemos, respiramos e excretamos valores. Todo aspecto da vida humana está vinculado a valores, avaliações e validações. As orientações e as relações de valor saturam as nossas experiências e práticas de vida das mais ínfimas microestruturas estabelecidas do sentimento, do pensamento e do comportamento às mais amplas macroestruturas estabelecidas das organizações e instituições (FEKETE *apud* CONNOR, 1994, p. 17).

Tomando as ideias de Bourdieu (1987), podemos pensar a afirmativa acima engendrando não um só tipo de valor, mas valores, traduzidos pelo sociólogo francês como capitais: social, simbólico, econômico ou cultural que consideramos alternarem-se em obviedade e visibilidade, dependendo da imagem que a sociedade faz de si, porém, sempre utilizados como forma de distinção e, por isso, como meio de hierarquização social.

Claro nos parece que os posicionamentos favoráveis ou contrários à monetarização da Cultura inscrevem-se, em âmbito mais geral, nessa visão hierarquizada e distintiva no qual grupos hegemônicos decidem o que é melhor ou pior, o que deve ser mais ou menos valorizado, mesmo que isso signifique - o que causa estranheza em uma visão capitalista estrito senso - desvalorizar algo porque podendo ser comprado pode ser alcançado por outros que não os que seriam eleitos como e pela “elite”.

Isso, chamado por Bourdieu de legitimação, ou seja, quando o grupo dominante indica e vende a ideia de que sua cultura é a melhor, faz com que um capital cultural que poderia estar limitado, em sua influência, à sua classe ou grupo, acabe por - mesmo quando a outros lhes é negado o acesso - servir como um instrumento de poder que tem, necessariamente, que ser construído a partir de uma aura intocável a outros grupos.

Assim, culturas consideradas hierarquicamente “inferiores” - e institucionalmente rotuladas como tal - podem ser de livre acesso, e as chamadas “superiores” - assim nominadas por quem as detém - precisam ser dinâmicas para manter a distinção daqueles que a consomem e/ou produzem.

Mas e a Mona Lisa com isso? O valor que é dado à Gioconda não é o mesmo que no início do século XX ou antes, quando o Louvre decidiu expor a obra ao público. Os valores existem sobre os fazeres culturais, mas devem ser revalidados porque somente a herança linear não lhes confere legitimidade. Não é de estranhar, portanto, que o sorriso enigmático da mulher no quadro tenha hoje seu valor agregado e afeiçoado pela estima à autoexposição e comprovação fotográfica de vivências e experiências. Portanto, o dinamismo que assegura a

distinção social através do capital cultural não precisa ser criado a partir de novidades absolutas, podendo ocorrer por mudança de usos.

Sem dúvida, o valor de Monalisa para a “humanidade” - assim mesmo monoliticamente indicado - é incalculável. Vai além dos *selfies* que todos os turistas podem fazer, posto que é uma “herança cultural” – da humanidade - e que assim é indicada como se fizesse parte de um DNA cultural que, como seu paralelo biológico, seria inseparável da existência dos seres humanos, principalmente os ocidentais.

Essa cultura “biologizada” é característica de nosso tempo, o tempo que Foucault indica como sendo possuidor de uma Biopolítica através da qual “o biológico reflete-se no político” (FOUCAULT, 1999, p. 289) e no qual os indivíduos são enquadrados por mecanismos que têm interferência direta na vida humana.

A Cultura, como um bem produzido pelos indivíduos e pelos grupos, antes vista apenas como reflexo de individualidades, marcas de saberes individuais e coletivos que se expunham em forma, por exemplo, de arte, passa no atual século no país, a fazer parte de um projeto nacional, uma questão antes política que social até. Para Hannah Arendt a confusão entre o que é social e o que é político é resultado da moderna concepção de sociedade. Modernamente a política é vista como o meio pelo qual regula-se as esferas, inclusive a privada. Desta forma o Estado Nacional acaba por regular a vida doméstica através de uma economia nacional o que é, a princípio, contraditório, visto que a oikonomia nasce, justamente, no lar, realizada através do poder do chefe de família (CASTRO, 2014, p. 643).

O que defendo aqui, portanto, é que se não temos tido a possibilidade de nos pensar alheios às conjunturas do capital econômico e político não temos como, também, nos imiscuir de trazermos para a composição desse homem contemporâneo a cultura e outros capitais que formam essa contemporaneidade. O que não quer dizer, por

óbvio, que devamos nos submeter a lógicas - como as chamadas “de mercado” - que nos violentam em nome do lucro infundado.

Assim, no que diz respeito ao valor do fazer cultural, me colocaria no grupo que considera que há mais valores que somente o monetário e que, certamente, esses fazeres imprimem possibilidades e valores que não temos - nem sei se um dia teremos - régua para medir ou calcular.

## **2. A Gioconda é criativa: viva a Gioconda!**

Como nem sempre a questão cultural estivesse ou fosse considerada como fundante da existência humana, ao menos para alguns, quando aqueles considerados os pais da Economia trataram sobre o assunto o fizeram de forma a considerar, pelo ponto de vista da riqueza das nações, o setor cultural como um estorvo. Smith e Ricardo, fundadores da economia política, por exemplo, situavam os gastos das e nas artes no território do lazer, por definição um gasto sem “retorno”.

Mesmo posteriormente, quando fisiocratas do século XVIII evocaram os fenômenos culturais em suas pesquisas, sempre o fizeram para colocá-los na categoria “pouco econômica” do luxo, que nada tem - para eles - de funcional, uma derivação que não é desejável ao capitalismo, posto que o investimento nesse setor é rotulado como improdutivo (TOLILA, 2007).

Como se vê, tratados por um lado como uma “exceção” (Ricardo) e por outro como uma “irracionalidade” (Say), os fenômenos culturais não poderiam encontrar um grande espaço nas ideias e nas preocupações dos economistas clássicos (...). Com efeito, foi preciso esperar transformações sociológicas massivas (aumento do tempo livre e do lazer, crescimentos dos gastos consagrados à cultura pelos diferentes atores econômicos) por volta do fim do século XIX e, sobretudo, século XX, para que a Cultura, entrando nas normas de consumos correntes, merecesse a atenção dos economistas (TOLILA, 2007, p. 26).

Portanto, se nem a questão da cultura era tratável por economistas, a Economia da Cultura e, posteriormente, a Economia Criativa, jamais seriam objetos desses e de outros que os seguiram.

A Economia Criativa é apontada por muitos (entre eles, PIRES, 2009) como sendo produto possível da crise do Fordismo, modo de produzir que engendra a divisão do trabalho como um:

princípio geral de organização da produção (compreendendo paradigma tecnológico, forma de organização do trabalho e estilo de gestão). Neste plano, podem ser destacados os seguintes traços característicos ou princípios constitutivos do paradigma fordista: a) racionalização taylorista do trabalho: profunda divisão — tanto horizontal (parcelamento das tarefas) quanto vertical (separação entre concepção e execução) — e especialização do trabalho; b) desenvolvimento da mecanização através de equipamentos altamente especializados; c) produção em massa de bens padronizados; d) a norma fordista de salários: salários relativamente elevados e crescentes — incorporando ganhos de produtividade — para compensar o tipo de processo de trabalho predominante. (FERREIRA et al. *apud* TENÓRIO, 2011, p. 1151).

Tal crise se deu, para alguns, para além do chão das fábricas, representando, objetivamente, a falência de um padrão de dominação (ANTUNES, 2006), mesmo porque, na análise de Gramsci por Harvey:

O americanismo e o fordismo, observou ele em seus Cadernos do cárcere, equivaliam ao “maior esforço coletivo até para criar, com velocidade sem precedentes, e com uma consciência de propósito sem igual na história, um novo tipo de trabalhador e um novo tipo de homem”. Os novos métodos de trabalho “são inseparáveis de um modo específico de viver e de pensar e sentir a vida”. Questões de sexualidade, de família, de formas de coerção moral, de consumismo e de ação do Estado estavam vinculadas, ao ver de Gramsci, ao esforço de forjar um tipo particular de trabalhador “adequado ao novo tipo de trabalho e de processo produtivo” (HARVEY, 1993, p. 121s).

Dessa forma, forjou-se um ideal de trabalho<sup>1</sup> que percebemos ter mais relação com os fazeres culturais que o modelo anterior, haja vista que a polivalência da mão de obra é primordial para este novo padrão que engendra um novo paradigma tecnológico, estruturado a partir da tecnologia da informação, moldando o que Castells denomina “Informacionalismo” (2006, p. 103), que tem por característica a geração de conhecimentos e a melhoria dos modos de processá-los e divulgá-los (Ibidem, p. 53s).

No rodameio da “Sociedade da Informação”, que associada à “Sociedade da Obsolescência Imediata” redundando no dia a dia de nossos tempos, o conhecimento tornou-se “A” força produtiva (Ibidem, 2006), o que resultou em:

Um capital humano que se produz sobre uma base cultural e sobre saberes comuns socialmente transmitidos, portanto não completamente apreendidos pelas empresas. “Os trabalhadores pós-fordistas (...) devem entrar no processo de produção com toda a bagagem cultural (...). É seu saber vernacular que a empresa pós-fordista põe para trabalhar, e explora” (GORZ, 2005, p.19). Uma “exploração de segundo grau” (MOULIER-BOUTANG, 2000 apud GORZ, 2005, p.19), na qual o trabalhador passa a ser também um produto que continua a produzir-se a si mesmo. (...) Portanto, ao substituir o operário-massa da social-democracia fordista-keynesianista pela figura do trabalhador individualizado autoempreendedor, o capitalismo contemporâneo pode efetivamente pôr para trabalhar a vida e as pessoas, fazendo inclusive desaparecer a fronteira entre mundo

---

1 Divisão maleável e integração de funções de concepção, controle e execução; definição de tarefas de acordo com as circunstâncias e necessidades; Integração de tarefas para criar um trabalho completo identificável com resultados visíveis; privilégio ao trabalho em equipe, com forte incentivo para o indivíduo e/ou o grupo programar, com independência, seu trabalho e determinar os procedimentos relativos à execução de tarefas; desenvolver nos empregados a capacidade de prever problemas e incentivar soluções criativas; realização de tarefas e funções em grupos de trabalho; mão de obra qualificada com características multifuncionais e com múltiplas habilidades; informações claras sobre os resultados obtidos no trabalho; autocontrole (TENÓRIO; PALMEIRA, 2002, p. 75s).

do trabalho e mundo da vida. Não tanto por estes mobilizarem as mesmas competências e habilidades, mas porque o cálculo econômico e do valor consegue fazer com que o tempo da vida transforme-se por completo. *A vida torna-se mercadoria* (PIRES, 2009, p. 218. Grifo nosso).

Nos anos oitenta do século XX, no caso do Reino Unido, políticas de descentralização e desregulação estatal fizeram crescer as competências locais em detrimento das nacionais e incluíram outros atores na tomada de decisão, indicando o caminho a partir da competência das cidades (BELANDO; ULLDEMOLINS; ZALENGA, 2012). Tal ideia desembocou, na mesma década e na seguinte, na visão de que a regeneração urbana - afetada sobremaneira pelo colapso do modelo industrial fordista - passaria pela cultura, conferindo-lhe centralidade.

O contraponto à noção de Cidade Criativa, que agrega urbanistas, geógrafos, economistas, políticos etc, e da consequente instrumentalização de políticas vinculadas ao fomento de cidades criativas, é dado por aqueles que partem de paradigmas baseados na ideia de cultura como possibilidades mais ricas em produção, fruição, educação e engajamento político social. Portanto, consideram que o modo pelo qual as cidades se transformaram (e se transformam) não é ideal, posto que isso se dá à custa de gentrificação e exclusão de atores sociais locais das tomadas de decisão.

No bojo dessa instrumentalização, criam-se os parâmetros através dos quais especifica-se o que é a Economia Criativa, que, até por isso, ainda carrega todas as críticas acima apontadas, e a ela é dada a responsabilidade de capitanear economias locais. O uso da Cultura como meio é de tal forma naturalizado que tem-se a afirmação de Jon Hawkes (2001, p. 3), vaticinando a cultura como definível a partir dos interesses da planificação pública: “Eu começo propondo a definição de cultura como o que é útil no contexto do planejamento público”<sup>2</sup>.

---

2 “I start by proposing a description of culture that is useful in the public planning context”.

Dessa forma, a Grã Bretanha e a Austrália construíram, a partir da última década do século XX, o discurso, seguido por outros países, que acabou por erigir a definição de Economia Criativa e os parâmetros pelos quais fizeram, segundo alguns autores, do próprio Reino Unido um paradigma, posto que foi capaz de:

- 1) contextualizar o programa de indústrias criativas como resposta a um quadro socioeconômico global em transformação;
- 2) privilegiar os setores de maior vantagem competitiva para o país e reordenar as prioridades públicas para fomentá-los;
- 3) divulgar estatísticas reveladoras da representatividade das indústrias criativas na riqueza nacional (7,3% do PIB, em 2005) e com crescimento recorrentemente significativo (6% ao ano, no período 1997-2005, frente a 3% do total);
- 4) reconhecer o potencial da produção criativa para projetar uma nova imagem do país, interna e externamente, sob os slogans “Creative Britain” e “Cool Britannia”, com a decorrente atratividade de turismo, investimentos externos e talentos que sustentassem um programa de ações complexo (REIS, 2008, p.17).

Passando assim a ser o modelo que foi seguido por Singapura, Líbano e Colômbia, para citar alguns exemplos, o que, obviamente, acabou por difundir o padrão inglês para o resto do mundo. Nessa difusão, em 2001, as iniciativas em torno da Economia Criativa acabaram por se destacar na Conferência das Nações Unidas sobre os Países menos Avançados - composto pelas cinquenta economias mais vulneráveis do mundo, como um meio possível de desenvolvimento econômico e cultural destes (REIS, 2006).

Poucos anos depois, em 2005, os países componentes da Organização das Nações Unidas, em Paris, elaboraram a Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais -

33ª reunião da Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura -, que foi ratificada no Brasil, em 2007, e coloca a Cultura como algo indissociável da economia.

### **Princípio da complementaridade dos aspectos econômicos e culturais do desenvolvimento**

Sendo a cultura um dos motores fundamentais do desenvolvimento, os aspectos culturais deste são tão importantes quanto os seus aspectos econômicos, e os indivíduos e povos têm o direito fundamental de dele participarem e se beneficiarem (Artigo 2).

Em uma sequência lógica, não pode ser objeto de admiração que tal debate acerca do que, desde então, é denominado de Economia Criativa ou Indústria Criativa<sup>3</sup> tenha se tornado objeto preferencial, na representatividade das Nações Unidas, da UNCTAD - Conferência das Nações Unidas para o *Comércio e Desenvolvimento* - que assim a define:

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

- Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.

---

3 Em entrevista ao PrimaPagina, em 2005, Paulo Miguez, então Secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, embora tenha admitido não ver muita diferença entre o uso das expressões Economia Criativa e Indústria Criativa, disse preferir a primeira como forma de “ultrapassar o paradigma da chaminé”. (Disponível em < <http://www.pnud.org.br/Noticia.aspx?id=3575>>. Acesso em 21 de Janeiro de 2011.

- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.
- No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas (UNCTAD, 2012, p. 10).

Portanto, as Nações Unidas têm envidado esforço para destacar um movimento econômico-social que, nominado Economia Criativa, tem por objetivos o que foi explicitado no relatório da Unctad sob a denominação “recomendações”:

- Reconhecer que, além de seus benefícios econômicos, a economia criativa gera um valor não monetário que contribui notavelmente com a consecução de desenvolvimento sustentável inclusivo e centrado nas pessoas.
- Fazer da cultura uma impulsionadora e uma facilitadora dos processos de desenvolvimento econômico, social e ambiental.
- Revelar oportunidades, identificando os ativos da economia criativa.
- Melhorar o acervo de informação empreendendo uma compilação de dados rigorosos como investimento preliminar essencial para adotar políticas coerentes de desenvolvimento da economia criativa.
- Investigar as conexões entre os setores formal e informal para elaborar políticas de desenvolvimento da economia criativa.
- Analisar os fatores de êxito cruciais que contribuem com a abertura de novas causas para o desenvolvimento da economia criativa local.
- Investir em criatividade, inovação e desenvolvimento das empresas criativas.
- Investir no aumento de capacidades a nível local para potencializar os criadores e empresários culturais, os funcionários da administração e das empresas do setor privado.

- Participar da cooperação Sul-Sul para facilitar uma aprendizagem mútua proveitosa e fundamentar os programas internacionais para o desenvolvimento.
- Posicionar a cultura nos programas locais de desenvolvimento econômico e social, inclusive frente a prioridades contrapostas (Ibidem).

Observa-se aí o que entendemos primordial na definição de Economia Criativa, além das consequências do uso dos pressupostos agregados a ela nestes nossos tempos: um esforço para levar a lógica econômica ocidental, desenvolvimentista, à tendência a ampliar os espaços julgados “culturais”, com a integração de elementos antes mais marginais aos fazeres culturais, ao mesmo tempo que, para que isso ocorra, gera-se uma valorização dos fazeres locais, considerando-os, agora, potencialidades econômicas.

Claro nos parece que o emprego do termo Economia Criativa pode ter usos que vão além do explicitado pela UNCTAD, mas salientamos que, primordialmente, em se tratando de fazeres humanos - a economia e a cultura -, não considerar primordial sua compreensão a partir do social é um equívoco que sabota o princípio fundador dessa definição, que é a criatividade.

Nesse sentido, pensar este livro, seus autores e seus capítulos leva em consideração esse viés social e, portanto, humano do pensamento, que perpassa e permeia as noções de Economia Criativa, analisada através de campos e territorialidades recortadas pelas expertises científico-acadêmicas de cada um desses cientistas. Portanto, oferecer-se-á ao leitor uma amostra das pesquisas que têm sido levadas a cabo pelo Observatório de Economia Criativa do Rio de Janeiro que, sediado na Universidade Federal Fluminense, é resultado de uma parceria entre a universidade e o Ministério da Cultura, conforme já apontado na apresentação do Ministro Juca Ferreira a este livro.

## Referências

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2006.

BELANDO, M. V. S.; ULLDEMOLINS, J. R.; ZARLENGA, M. I. ¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales. Coimbra, **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 99, 2012.

BOURDIEU, P. What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. **Berkeley Journal of Sociology**, n. 32, p. 1-49, 1987.

CASTRO, Flávia Lages de. Políticas Culturais e Agamben: um diálogo. IN: BAPTISTA, Maria Manuel; MAIA, Sara Vidal (coords). **Colonialismos, Pós-Colonialismos e Lusofonias** – Atas do IV Congresso Internacional em Estudos Culturais. Disponível em < [estudosculturais.com/congressos/ivcongresso/wp-content/uploads/2014/04/atas-PT-final.pdf](http://estudosculturais.com/congressos/ivcongresso/wp-content/uploads/2014/04/atas-PT-final.pdf) > . Acesso em 10 dez 2014.

CONNOR, Steven. **Teoria e valor cultural**. São Paulo: Loyola, 1994.

ECO, H. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1993.

*HAWKES, Jon. **The fourth pillar of sustainability: culture’s essential role in public planning**. Melbourne; Victoria: Common Ground Publishing Pty; Cultural Development Network, 2001.*

KANT, Immanuel. **A crítica da faculdade do juízo (1793)**. São Paulo: Forense Universitária, 2005.

ONU. Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura. **Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais**, 33ª reunião, Paris, 03 a 21 de outubro de 2005.

PIRES, Vladimir Sibylla. Idéias-força no pós-fordismo e a emergência da economia criativa. Rio de Janeiro, **Liinc em Revista**, v.5, n.2, setembro, 2009, , p.215-230. Disponível em <<http://www.ibict.br/liinc>> . Acesso em 30 jul 2015.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável** – o caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2006.

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

SENSHÔ. **Monalisa ausente**. Disponível em <<https://senshosp.wordpress.com/2011/10/02/monalisa-ausente/>>. Acesso em 20 de julho de 2015.

TENORIO, Fernando G.. A unidade dos contrários: fordismo e pós-fordismo. **Rev. Adm. Pública**. 2011, vol.45, n.4, pp. 1141-1172.

TENÓRIO, Fernando G.; PALMEIRA, Jorge N. **Flexibilização organizacional: aplicação de um modelo de produtividade total**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2007.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010** : economia criativa uma opção de desenvolvimento. – Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012.



# Capítulo 1

Bases teóricas e metodológicas para identificação, mapeamento e planejamento de territórios criativos

*Frederico Lustosa da Costa*

*Augusto Paulo Cunha*

## 1. Introdução

Nos últimos anos, muito se tem discutido sobre o potencial da cultura para o desenvolvimento. Com foco na dimensão econômica, menciona-se a expressiva participação das cadeias produtivas da indústria de espetáculos e do entretenimento e das enormes possibilidades que a economia da cultura pode gerar em termos de oportunidades de emprego e renda. Entre outros nichos criativos, o Brasil é sempre lembrado como um dos países mais promissores nesse campo. São ainda impressões que buscam evidências, consistências e projetos.

Mais recentemente, essa discussão se ampliou para englobar o que se tem chamado de Indústria Criativa ou Economia Criativa. A economia criativa está diretamente relacionada com a criação, planejamento, produção, difusão e distribuição de produtos e serviços que tem por base o capital intelectual, a criatividade, o nível de conhecimento e de recursos materiais disponibilizados. Em suma, a economia criativa é composta por áreas da economia que se apoiam na criatividade individual para a geração de produtos e serviços com aceitação no mercado e capazes de gerar lucro. A economia das ideias tem sido um dos principais caminhos para a potencialização de mercados de países desenvolvidos e em desenvolvimento.

No Brasil, os setores criativos responderam por 2,6% do PIB de 2013 (FIRJAN, 2014), compreendendo, naquele ano, 251.000 empresas, responsáveis por 892.500 empregos formais, ou 1,8% do total da força de trabalho formal no país. Esses números ainda estão distantes daqueles obtidos em muitos países, pois estatísticas da UNCTAD, relativas a 40 países, indicam que a participação média da economia criativa no PIB desses países é de 5,2%, com destaque para os EUA, Coreia do Sul, Hungria, Austrália, China, Panamá e Singapura, nos quais essa participação ultrapassa a média global (UNCTAD, 2013). No que diz respeito à geração de empregos, a média nos países pesquisados alcança 5,36% do total de empregos formais.

A importância da economia criativa no Brasil e seu potencial de crescimento levaram a criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), no âmbito do Ministério da Cultura. Criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a **SEC** tinha como missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo era contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.

Durante sua curta existência, a SEC procurava coordenar e incentivar esforços de pesquisa e de elaboração e aplicação de políticas públicas de fomento às indústrias criativas. Contava para isso com o apoio de organizações como o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o SEBRAE e a FIRJAN, dentre as mais atuantes em nível nacional, e com a UNESCO e a UNCTAD, em âmbito internacional. Esses esforços, em parte descontinuados, ainda enfrentam sérios obstáculos, em especial no que respeita à mensuração do impacto das indústrias criativas na geração de renda e emprego e ao seu mapeamento e distribuição territorial.

Quanto ao mapeamento, documentos produzidos pela SEC mencionavam a existência de diferentes territórios criativos - bacias criativas, cidades, polos, bairros criativos, APLs, sem estabelecer uma clara definição e hierarquização desses espaços geoeconômico-culturais (MINC, 2012, p. 42). Percebe-se, na ausência de clara delimitação e hierarquização territorial, uma lacuna que precisa ser superada, a fim de gerar elementos mais consistentes para a formulação e a execução de planos nacionais, regionais e locais de desenvolvimento da economia criativa.

Este artigo se propõe a contribuir nesse sentido, tendo como base a pesquisa que vem sendo desenvolvida, no âmbito da Universidade Federal Fluminense, com o apoio do Ministério da Cultura (MINC), por iniciativa do Instituto de Arte e Comunicação Social, através do Observatório de Economia Criativa, agora envolvendo também a Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, através do seu Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGAd.

A pesquisa que informa este trabalho, de caráter exploratório, teve como objetivo principal a construção de um termo de referência teórico-metodológico para auxiliar na identificação e mapeamento de territórios criativos. Além desse objetivo geral, a pesquisa tem como metas:

- a) Subsidiar a formulação de uma metodologia multidisciplinar para identificação e hierarquização de territórios e arranjos produtivos locais intensivos em cultura;
- b) Auxiliar na criação de uma matriz de regionalização do desenvolvimento da economia criativa, a qual inclua os variados e complexos desafios da gestão do desenvolvimento sustentável e
- c) Apresentar subsídios para a elaboração de novas pesquisas de caráter multidisciplinar.

Trata-se de pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, com base, principalmente, em levantamento bibliográfico e análise documental. O levantamento bibliográfico contempla uma exaustiva pesquisa em livros, revistas e periódicos relativos a temas como Economia da Cultura, Economia Criativa, Indústria Criativa, Ordenamento Territorial, Desenvolvimento e Cultura, Planejamento Regional, dentre outros. As principais fontes são bibliotecas universitárias, portal de periódicos da CAPES, bases de dados do BNDES, IPEA, SEBRAE, FIRJAN.

A análise documental parte de documentos que contribuem para identificar as questões conceituais e metodológicas e as melhores práticas referentes a gestão do desenvolvimento sustentável de regiões e cidades. Dentre as principais fontes pode-se mencionar a UNESCO, a UNCTAD, portais governamentais e outras.

O presente artigo traz os primeiros resultados da pesquisa, sendo dividido em três partes principais. A primeira oferece uma análise muito breve do referencial teórico sobre os conceitos de cultura, desenvolvimento e economia criativa, com ênfase nas transformações ocorridas nesses conceitos e nas relações entre eles. A segunda discute as relações entre economia criativa e território no Brasil, procurando definir propostas iniciais para a definição e hierarquização dos territórios criativos no Brasil. E, finalmente, a terceira parte, delinea algumas premissas teórico-metodológicas consideradas necessárias e indispensáveis a futuras pesquisas e estudos na área.

## **2. Cultura, Desenvolvimento e Economia Criativa - a mutação no conceito de desenvolvimento**

O conceito de desenvolvimento, construído a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, traduzia a crença de que todos os países deveriam ter a oportunidade de se tornar iguais aos países capitalistas centrais, no que respeita a formas de produzir e consumir bens e

serviços. A industrialização, a urbanização e os padrões de vida das populações desses países, em particular dos EUA, eram tomados como parâmetros para mensurar a maior ou menor proximidade a esse ideal. Tratava-se de descobrir como aplicar, em cada país “atrasado”, “retardatário” ou “periférico”, os mecanismos econômicos, políticos e sociais das nações capitalistas consideradas como modelos.

Tais modelos apresentavam suas singularidades, como por exemplo, a ênfase distributivista nos países escandinavos, na Alemanha e na Grã-Bretanha, com forte intervenção estatal na esfera econômica, ou a menor presença do Estado diante do Mercado, como nos EUA. A base, no entanto, era a mesma: uma indústria diversificada e verticalizada, centrada na produção, distribuição e comercialização de bens de consumo de massa, notadamente bens duráveis como automóveis, a partir da exploração irrestrita de recursos naturais, com o uso de eletricidade, petróleo e carvão como fontes de energia.

O modelo erigia-se sobre três pilares principais: a tecnologia de produção da denominada Segunda Revolução Industrial, iniciada em fins do Século XIX; os padrões de consumo de massas configurados, ao longo das duas primeiras décadas do Século XX, na Grã-Bretanha e nos EUA, e a intervenção do Estado, através do gasto público e diferentes políticas econômicas e sociais, para sustentar a demanda agregada.

Configurou-se assim um modo de regulação da economia capitalista, denominado modo de regulação fordista, o qual vigorou no período dos chamados “trinta anos gloriosos” do capitalismo, entre 1945 e 1975. Esse modo de regulação pode ser descrito como o resultado de um pacto social entre capitalistas e trabalhadores, firmado e assegurado por mediação do Estado, no qual os ganhos crescentes de produtividade, derivados da aplicação intensiva de técnicas tayloristas de produção, revertiam não apenas no aumento das taxas de lucro, como também em aumentos reais na renda dos trabalhadores, possibilitando a expansão sustentável da acumulação (BRÉMOND; GÉLÉMAN, 1988, pp. 95-98).

Cabia ao Estado um papel chave nesse modo de regulação, intervindo com políticas anticíclicas, mediando conflitos entre capitalistas e trabalhadores e desonerando a renda dos trabalhadores dos gastos com educação, saúde, transporte, habitação, dentre outros, a fim de maximizar a parcela de renda destinada ao consumo.

A adesão a esse modelo dependeria de mudanças estruturais em âmbito econômico, social, político e, especialmente, cultural. A cultura, compreendida como conjunto de crenças, valores e representações do mundo natural e social, construídas a partir deles por diferentes povos e grupos sociais, foi desde muito cedo percebida como fator importante para explicar o atraso ou progresso dos diferentes países na assimilação e concretização do modelo. Afinal, se o caminho ideal está formulado e parece se concretizar em inúmeras vantagens e benefícios quando aplicado, resistir a sua implantação só pode ser fruto da interveniência de obstáculos subjetivos, desprovidos de racionalidade aparente.

De um lado, estariam as crenças e valores arraigados nas mentalidades coletivas, por sociedades agrícolas e pastoris. De outro, as crenças e valores das sociedades progressistas, induzindo a conquista dos novos e melhores padrões de vida oferecidos pelas sociedades capitalistas industrializadas. A “libertação” implicava a rejeição de tudo o que fosse antigo e retrógrado, via internalização dos padrões culturais das sociedades modernas e avançadas.

Na América Latina e no Brasil, a luta para aplicação desse modelo de desenvolvimento foi conduzida pela Comissão Econômica para América Latina e o Caribe, a CEPAL, criada em 1945, no âmbito da Organização das Nações Unidas. Para a CEPAL, o desenvolvimento era compreendido como um processo de alavancagem industrial, tendo como alvo a conquista de um sistema de produção, renda e consumo similar àqueles dos países ditos desenvolvidos. Caberia definir os obstáculos estruturais - culturais, sociais, econômicos, políticos e institucionais - existentes em cada país, para que isso pudesse acontecer, superando-os através de uma decidida, planejada e sistemática ação do Estado e da coalizão de interesses sociais por ele construída e conduzida.

A cultura era, de acordo com tal percepção, objeto de uma visão dicotômica, segundo a qual haveria uma “cultura virtuosa”, cristalizada nos países capitalistas avançados, e uma “cultura viciosa” ou do “atraso”, dominante em amplos setores da América Latina e do Brasil, mesmo entre partes de suas elites, a qual caberia combater e superar. Revigorava-se, em meados do Século XX, a percepção de cruzada civilizatória, tal como entendida por setores “esclarecidos” da elite política e administrativa do Brasil Império.

O modelo de desenvolvimento deveria ser implantado de cima para baixo, guiado por setores mais esclarecidos e bem preparados, segundos as bases técnicas e ideológicas oferecidas pelos países capitalistas hegemônicos. Cumpria rejeitar a cultura vulgar dos povos atrasados e abraçar, assimilar, impor, seja pela persuasão, seja pela força, as crenças, valores e representações fornecidas pelos povos mais civilizados e progressistas. A cultura deveria ser revitalizada e instrumentalizada a serviço da modernidade.

Uma boa imagem desse ímpeto civilizador pode ser percebida, por exemplo, em Monteiro Lobato, quando confronta o mundo imaginário e mágico, percebido como realidade, por uma mulher inculta e negra, como Tia Nastácia, com a racionalidade instrumental e erudita, segundo padrões alienígenas, de um Visconde de Sabugosa. A razão “moderna” acaba sendo incorporada pelos mais jovens – Narizinho e Pedrinho – sob a sábia condução de Dona Benta, personalizando o Estado pedagogo.

A fé no modelo de desenvolvimento e em seus pressupostos teóricos e práticos começa a ser derrubada, no Brasil e na América Latina, em geral, na década de 1980, a partir, mais uma vez, de transformações ocorridas nos países capitalistas centrais.

Todos os pilares do modelo “desenvolvimentista” foram assim abalados. As tecnologias, questionadas por seus efeitos sobre o meio-ambiente. O consumismo, por sua padronização excessiva e danos aos recursos naturais. Os métodos de produção, pelo desgaste

causado à satisfação das aspirações individuais. A ação estatal, por sua aderência aos padrões de impessoalidade e pouca agilidade na resposta às novas necessidades sociais.

A ruptura implicou em duas tomadas de posição antagônicas. De um lado, muitos aderiram, com entusiasmo, ao receituário econômico liberal e a concepções de individualismo racional, darwinismo social e crescimento do produto como sinônimo de desenvolvimento. Essa posição é acolhida pelos donos do capital e passa a ser hegemônica, difundindo-se por todas as camadas sociais graças à mídia corporativa. Trata-se de um retorno a antigas concepções e práticas que pareciam ter sido derrotadas nos anos 1930.

De outro lado, grupos minoritários, tentam fazer a crítica do modelo anterior, sem abandonar as concepções libertárias e de equidade social que fundamentaram a construção do Estado de Bem-Estar Social. Buscam construir um modelo mais integrado e flexível, capaz de incorporar as aspirações de mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais, sem se render a nenhum totalitarismo, seja o do Estado, seja o do Mercado, nem a concepções universalistas, as quais ignorem as especificidades nacionais, regionais e locais.

O conceito de desenvolvimento, tal como é compreendido hoje por uma corrente de estudiosos e políticos, adquiriu um conteúdo “complexo, profundamente axiológico, multidimensional, construtivista, qualitativo em sua essência e intangível” (BOISIER, 2001, p. 5). Deixou de ser o reino exclusivo dos economistas, para se transformar em tema multidisciplinar, exigindo o concurso de diferentes ramos das ciências sociais e naturais e até mesmo do esforço de síntese proporcionado pela filosofia. Trata-se de refletir sobre a pessoa humana em sua totalidade e de perseguir a realização plena desta pessoa, em termos individuais e sociais. É a volta da utopia de um cosmos no qual tudo esteja em harmonia: o homem consigo mesmo, com os outros homens, com a natureza.

A mutação no conceito de desenvolvimento implicou, também, em uma mutação no papel atribuído a sua relação com a cultura. Para além de uma interpretação dicotômica, na qual era vista como mero suporte a uma assimilação mais ou menos permeável de crenças e valores modernizadores, a cultura passa a ser compreendida como dimensão subjacente a todo o processo de construção do desenvolvimento humano sustentável e orientador das escolhas sobre os meios e os fins almejados.

Cultura deve ser compreendida, portanto, em sentido amplo, como o substrato de todas as ações e escolhas em torno de um modo de vida e suas transformações (desenvolvimento), combinando múltiplas dimensões (LUSTOSA DA COSTA, 2006, p. 108-109):

- Os diversos processos de designação e simbolização (linguagens),
- As inúmeras maneiras de lidar com a morte, o desconhecido e o imaginado (religiões e artes),
- As formas singulares de se relacionar com a natureza (tecnologias),
- As maneiras particulares de regular as relações sociais (instituições), inclusive, a produção e distribuição de bens (economia),
- As diferenciadas formas de sociabilidade gratuita (festas, jogos e brincadeiras) e
- Os julgamentos coletivos sobre o bom, o belo, o útil e o verdadeiro (ética, estética e pragmática).

Essa multidimensionalidade tem a vantagem de realçar o caráter holístico da cultura, dando conta de seus aspectos ecológico, produtivo, social, institucional e simbólico, fugindo ao reducionismo instrumental do discurso anterior sobre suas relações como desenvolvimento (Ibidem. p. 109).

A cultura, atualmente, pode ser compreendida tanto como substrato das escolhas de cada povo, orientando o sentido e os mecanismos para a realização de um desenvolvimento inclusivo e abrangente, como um insumo econômico essencial para agregar valor aos bens e serviços produzidos em determinado país, região ou local, através de atividades intensivas em criatividade e inovação.

Nesta concepção, pode-se situar o pensamento de Celso Furtado, quando a frente do Ministério da Cultura, de 1986 a 1988, no qual a política cultural não deveria ser focada apenas na preservação do patrimônio cultural ou promover a difusão de bens culturais, mas sim canalizar a criatividade social para construir e concretizar o desenvolvimento humano integral. Perspectiva essa que seria retomada a partir do primeiro Governo do PT, em 2002.

Em uma visão menos abrangente, a cultura pode também ser percebida como uma fonte de geração de renda e emprego, tendo como origem primeira a produção de bens e serviços ligada ao patrimônio cultural específico de um povo ou comunidade. Nesse sentido, pode-se falar na cultura como um setor econômico específico, o qual agrega valor aos seus produtos e serviços a partir do uso da criatividade e inovação, aplicadas à herança cultural:

“A economia da cultura se dedica aos produtos e serviços que têm, ao mesmo tempo, potencial econômico e valor simbólico (mensagem, identidade, valores). Encaixam-se nesse critério, por exemplo, o artesanato, as indústrias culturais, o turismo cultural, o patrimônio cultural, a moda, o design, os equipamentos culturais (teatros, cinemas, museus etc.). A economia entra nesse casamento analisando como se dá a produção cultural, como melhor distribuir essa produção no mercado nacional e internacional, quais mecanismos utilizar para corrigir falhas de mercado, qual o perfil de quem demanda produtos e serviços culturais, quais os empecilhos para consumir produtos e serviços culturais quando a vontade existe, qual o impacto de um determinado setor cultural na renda e no nível de emprego etc.”. (REIS, 2007)

A denominação de economia criativa se aplica quando os setores da economia da cultura adicionam valor através da recepção de direitos de propriedade intelectual sobre seus produtos e serviços:

“O que delimita o campo de estudos da economia criativa é a possibilidade de gerar direitos de propriedade intelectual, em especial direitos autorais. Nesse leque entraram não só as indústrias culturais e o artesanato, como também moda, design, arquitetura e até setores de pujança econômica indiscutível, mas cujo componente cultural é questionável, a exemplo de propaganda e software. Ou seja, há uma grande intersecção com a economia da cultura (indústrias culturais, artesanato, moda, design), mas desconsidera atividades culturais que não geram direitos de propriedade intelectual, enquanto adiciona setores que de cultura têm bem pouco”. (Ibidem).

### **3. A economia criativa**

As relações entre economia criativa e geração de renda e emprego são aprofundadas, ao longo dos anos 1990, a partir de iniciativas dos Governos da Austrália (1994) e Reino Unido (1997), visando repensar sua inserção nacional em uma nova divisão global do trabalho, regida pela economia do conhecimento. Nesses projetos, a criatividade e a inovação, alimentadas e estimuladas por sua aderência as matrizes culturais específicas, assumem lugar de destaque como catalisadores da agregação de valor aos bens e serviços produzidos e exportados (REIS, 2011, pp. 8-9).

De acordo com tais projetos, chega-se ao conceito de indústrias ou setores criativos. Estes são todos aqueles que nutridos por uma raiz cultural comum, potencializam a criação e produção de bens funcionais, os quais incorporam elevada carga de valor agregado, passível de realização no mercado mundializado.

A relevância da economia criativa para o PIB desses países (ver Quadro abaixo) contribuiu para disseminar o conceito, o qual passa a ser objeto de estudo de organismos internacionais como a UNCTAD e a UNESCO, desde 2008, sendo incorporado por eles como um caminho para a construção de qualquer projeto de desenvolvimento sustentável:

**“O potencial das indústrias culturais que estão no centro da economia criativa (sic) deve ser gerenciado para estimular uma inovação a serviço do crescimento econômico, do pleno emprego produtivo e da criação de empregos decentes para todos.** Quando as indústrias culturais e criativas se tornam um componente do crescimento global e das estratégias de desenvolvimento, sua contribuição para o despertar das economias nacionais, da criação de empregos verdes, do estímulo ao desenvolvimento local e da criatividade não é mais questionado. Os estudos mostram que essas indústrias oferecem novas vias de desenvolvimento local, baseadas em conhecimento e em perícias tradicionais existentes. (Terceiro Fórum Mundial da UNESCO em Cultura e Indústrias Culturais “Cultura, Criatividade e Desenvolvimento Sustentável, outubro 2014).

No caso do Brasil, o reconhecimento da importância da economia criativa para o desenho e implantação de um novo modelo de desenvolvimento, se deu a partir da gestão do Ministro Gilberto Gil (2005-2008) e, posteriormente, com a criação, em 2012, da Secretaria de Economia Criativa (SEC), no âmbito do MINC, e a elaboração de um plano estratégico da SEC (Plano da SEC 2011-2014), sinalizando uma clara tomada de posição em favor do conceito de indústrias criativas e da necessidade de promover a expansão desse segmento econômico, com o apoio e orientação do Estado.

A delimitação da Economia Criativa e de seus setores produtivos, apesar de inúmeras controvérsias pontuais sobre a inclusão deste ou daquele setor específico, implica no reconhecimento consensual de

alguns elementos constitutivos comuns, a saber: a) a criatividade é o seu insumo essencial; b) produz objetos culturais, cujo valor é definido pela carga de sentidos socialmente compartilhados que carregam, independente de seus atributos físicos ou materiais; c) os significados sociais são tratados como propriedade intelectual, passíveis de valorização econômica e d) arte, tecnologia e negócios são dimensões convergentes (BENDASSOLLI et al, 2009).

No que diz respeito às formas de produção, as indústrias criativas apresentam características singulares em comparação aos setores produtivos tradicionais, cabendo ressaltar dentre eles: a) a produção de bens tangíveis através do uso da criatividade, ou seja, do uso intensivo de recursos, fantasias e desejos individuais ou de grupos, mediante manipulação de símbolos e significados, para produção de valor econômico; b) as concepções artísticas e estéticas adquirem hegemonia no uso e alocação dos recursos; c) uso intensivo de novas tecnologias de informação e comunicação para distribuição dos produtos, reduzindo o poder oligopolístico de grandes empresas sobre o controle de meios de produção e distribuição; d) uso extensivo de equipes polivalentes, em termos de conhecimentos e habilidades, para o desenvolvimento dos produtos. A polivalência é intrínseca a própria organização (BENDASSOLLI et al, 2009).

Quanto às características dos produtos, as indústrias criativas detêm as seguintes particularidades: a) variedade infinita, em função da criatividade e dos recursos; b) diferenciação vertical, em decorrência da competição entre criadores, intermediários e distribuidores; c) perenidade, pois não são em geral exauridos em seu consumo, o qual pode repetir-se e ser prolongado por longos períodos, daí a relevância de direitos autorais (BENDASSOLLI et al, 2009).

Consideradas todas essas características, é possível distinguir entre indústrias culturais e indústrias criativas? A distinção entre os dois conceitos torna-se cada vez mais tênue, embora persista o esforço,

suscitado pelo debate entre arte e negócios, para distinguir uma da outra. Criatividade como insumo, imaterialidade e intangibilidade dos bens, uso intensivo de novas tecnologias de distribuição, polivalência organizacional e de equipes produtivas, instabilidade na demanda, mostram-se similares entre as denominadas indústrias criativas e culturais. A separação, no entanto, é advogada como essencial para outros, pois tratar bens culturais enquanto mercadorias seria relegar, segundo eles, toda produção artística ao domínio privado e às leis de mercado, colocando em risco as oportunidades de acesso universal a tais bens (BENDASSOLLI et al, 2009).

A controvérsia é mais acadêmica do que prática, na verdade. O modo de produção capitalista invade todas as esferas da vida social, forçando a transformação de tudo em mercadoria e a hegemonia da racionalidade instrumental, conforme assinalado por Marx e Weber. Pressupor áreas de vida nas quais isso não deva ocorrer é lutar contra moinhos de vento. A similaridade entre as antes denominadas indústrias culturais e aquelas hoje rotuladas de criativas seria, portanto, um exercício dispendioso e quixotesco. Isso não significa rejeitar a necessidade de regulação por parte do Estado e de garantir, através de políticas adequadas, de que o acesso aos bens culturais seja universalizado, compensando as imperfeições do Mercado.

Como em qualquer esfera da vida social, a intervenção do Estado, assim como a do Mercado, deverá ser reconhecida, cabendo, portanto, fixar o papel e os limites de cada um desses dois agentes. No caso brasileiro, cabe ao Estado, tal como proposto no Plano Nacional de Cultura, assegurar incentivos à consolidação e fortalecimento da produção e consumo de bens culturais, preservando a diversidade da matriz cultural e possibilitando que seu potencial criativo possa ser difundido e disseminado em todas as áreas, ao mesmo tempo em que procura garantir a inclusão social.

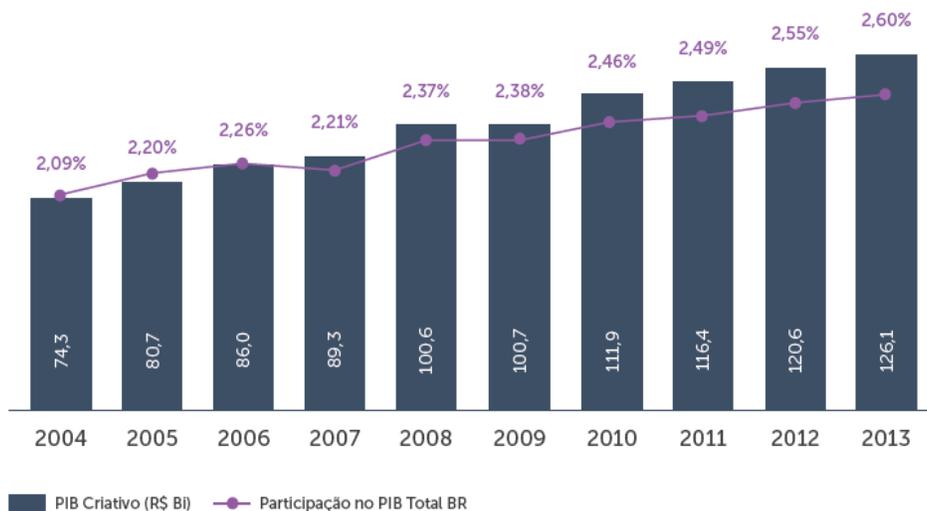
Superado o dilema, compete clarear o caminho, identificando os setores criativos, e aperfeiçoando os instrumentos de estímulo e regulação. A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) adota o mesmo modelo proposto pela UNCTAD no que diz respeito a composição dos setores criativos e a sua cadeia produtiva. O modelo FIRJAN (FIRJAN, 2014, p. 9), visualizado abaixo, será adotado nesta pesquisa, tendo em vista a possibilidade por ele oferecida de estabelecer comparações estatísticas em nível internacional.

De acordo com o modelo adotado, podem ser identificadas 03 categorias principais de setores na cadeia produtiva: a) o **núcleo** - formado por setores que utilizam as ideias e a criatividade como insumo principal para agregar valor aos bens e serviços produzidos; b) as **atividades relacionadas** - empresas e profissionais que fornecem diretamente bens e serviços indispensáveis às operações do núcleo e c) as **atividades de apoio** – empresas e profissionais que atendem, de forma indireta, às necessidades do núcleo (Ibidem, p. 7).

Com base na classificação proposta, a FIRJAN tem procurado mensurar o significado econômico da indústria criativa no Brasil e no Estado do Rio de Janeiro. Os dados mais relevantes apontados pelos mapeamentos da entidade são (Ibidem, pp. 4-5)

- Havia 251.000 empresas criativas, em 2013, as quais geraram 2,6% do total do PIB brasileiro naquele ano;

### PIB Criativo Estimado e Sua Participação no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2013



Fonte: FIRJAN, 2014, p. 11

- A produção da indústria criativa brasileira cresceu cerca de 70,0%, no período 2004-2013, um ritmo bem superior ao crescimento de 36,0% do PIB total, no mesmo período;
- A força de trabalho formal empregada na indústria criativa foi de 892.500 pessoas, em 2013, representando cerca de 1,8% do total de trabalhadores brasileiros;

### Número de Empregados da Indústria Criativa no Brasil, por Áreas Criativas e Segmentos 2004 e 2013

Segmentos	2004	2013	Cresc.
<b>Consumo</b>	<b>211,5</b>	<b>422,9</b>	<b>100,0%</b>
Publicidade	45,7	154,8	238,5%
Arquitetura	62,7	124,5	98,5%
Design	42,6	87,0	104,3%
Moda	60,5	56,7	-6,3%
<b>Cultura</b>	<b>43,3</b>	<b>62,1</b>	<b>43,6%</b>
Expressões Culturais	18,3	22,5	22,7%
Patrimônio e Artes	10,2	16,4	60,9%
Música	7,5	12,0	60,4%
Artes Cênicas	7,2	11,2	54,9%
<b>Mídias</b>	<b>64,2</b>	<b>101,4</b>	<b>58,0%</b>
Editorial	27,8	50,8	82,5%
Audiovisual	36,3	50,6	39,1%
<b>Tecnologia</b>	<b>150,9</b>	<b>306,1</b>	<b>102,8%</b>
P&D	82,2	166,3	102,3%
TIC	55,5	112,9	103,6%
Biotecnologia	13,2	26,9	102,8%
<b>Indústria Criativa</b>	<b>469,8</b>	<b>892,5</b>	<b>90,0%</b>

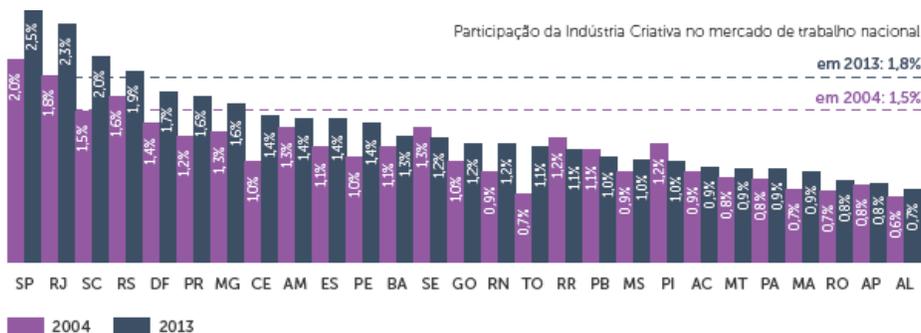
Fonte: FIRJAN, 2014: 12

- O salário médio mensal desses trabalhadores foi de R\$ 5.422,00, quase três vezes superior ao salário médio pago nos outros setores ocupacionais (R\$ 2.073,00).

## 4. Economia Criativa e Território

Uma visão geral da distribuição da economia criativa, no território brasileiro, permite perceber uma tendência à concentração nos estados mais ricos, nos quais existe escala para os serviços de natureza mais especializados, seja em termos de diversificação produtiva, formação de mão de obra e consumo.

### Participação dos Empregados Criativos no Total de Empregados do Estado 2004 e 2013



Fonte: FIRJAN, 2014: 30

A concentração da indústria criativa repete um padrão já conhecido na economia capitalista brasileira, isto é a concentração da riqueza em poucas regiões ou cidades dessas regiões, as quais subordinam as áreas circunvizinhas e delas se alimentam no processo de reprodução do capital.

Da mesma forma, no interior da indústria criativa ocorrem processos de concentração da propriedade, sob a forma de oligopólios ou monopólios, possibilitando, por exemplo, que as expressões criativas não subordinadas diretamente ao processo de valorização

hegemônico sejam relegadas a marginalização. Trata-se de tendência observada em todos os países, mas que não elimina a possibilidade de formações econômicas criativas em nível de meso e micro regiões delimitadas por estes grandes centros de produção

A matéria-prima básica – o patrimônio cultural coletivo – embora disponível sob formas relativamente livres é apropriado de maneiras bem distintas, segundo as oportunidades de acesso, mas, independentemente disso, ela precisa ser transformada segundo as tecnologias ou conhecimentos materiais disponíveis num determinado momento, bem como oferecidas ao mercado. Ora, na cadeia produtiva, os canais de aporte de tecnologia e distribuição acabam sendo propriedade de um número reduzido de corporações e a valorização caba por obedecer aos ditames gerais do processo de acumulação de capital.

Abandonada às leis mercadológicas, a economia criativa tende a tornar-se apenas outro canal de valorização e acumulação, colocando em risco a multiplicidade de formas de expressão e apropriação de um bem coletivo – a cultura – por parte das diferentes regiões e comunidades. Uma demonstração disso pode ser encontrada no mapa de distribuição de Arranjos Produtivos Locais Criativos, elaborado pela Fundação Vanzolini, sob auspícios do MINC, em 2014.

A distribuição espacial da economia cultural brasileira mostra ser imprescindível pensar a economia criativa como parte do processo de reapropriação da riqueza pela sociedade, suscitando a necessidade de intervenção desta, via Estado, no que respeita à produção, distribuição e consumo. As questões econômicas basilares – o que produzir, como e para quem – demandam a criação e sustentação de um modelo de desenvolvimento no qual estejam estreitamente associados os interesses do Mercado, do Estado e da Sociedade.

Assim, a economia criativa deve ser trabalhada sob a ótica do modelo de desenvolvimento sustentável e levando em conta suas dimensões essenciais, conforme. Uma dessas dimensões é a descentralização

das cadeias produtivas e a criação e fortalecimento de mecanismos para a desconcentração de propriedade e alavancagem das indústrias criativas em diferentes regiões do país.

Recai-se, aqui, em problemas que afetam o modelo de desenvolvimento brasileiro como um todo: como proceder a criação de mecanismos de redistribuição espacial da riqueza? Como assegurar que o potencial de cada região seja materializado sob a forma de um projeto estratégico de desenvolvimento, o qual respeite as condições e peculiaridades de cada comunidade regional? Como elaborar e conduzir esse projeto de forma democrática? Como assegurar que a riqueza produzida reverta em melhorias concretas no padrão de vida dessas comunidades?

A primeira questão relevante, no que diz respeito a formulação de políticas públicas de desenvolvimento e especificamente de fomento à economia criativa no contexto do desenvolvimento regional, reside na relação entre território/desenvolvimento/economia criativa. A proposta da Secretaria de Economia Criativa, no Plano Brasil Criativo, arrola como “territórios criativos” bairros, polos, cidades e bacias. Essa classificação toma por base a amplitude ou extensão geográfica e não “características de efetivação enquanto lugares de economia criativa” (LIMA, 2011/2012, p. 28).

No Plano Brasil Criativo, a perspectiva territorial, ao assumir dimensão preponderantemente física, perde seu papel central de revelar a complexidade dinâmica das variáveis que afetam o processo de desenvolvimento e de sua especificidade num determinado contexto geográfico.

O território, na perspectiva das políticas públicas, não é uma mera delimitação física, mas um cadinho de dimensões socioeconômicas, edafoclimáticas, simbólico-culturais e políticas, configurando um espaço de construção de uma identidade coletiva, no qual as pessoas ali radicadas sejam capazes de identificar e estabelecer consensos sobre os fins e os meios de seu próprio projeto estratégico de desenvolvimento (LIMA, 2011/12, p. 27-28; LUSTOSA DA COSTA E CUNHA, 2002; BOISIER, 1996, 1999).

A noção ou caracterização do território criativo não é, desse modo, apenas o resultado da interação de uma diversidade de elementos e atores. Ela deve partir da compreensão de como os modos de produção criativos se tornam concretos a partir de uma base territorial historicamente construída, a qual é configurada e reconfigurada tanto pelas heranças culturais, sociais, políticas, econômicas, como pela interdependência dessas heranças. Os territórios criativos são caracterizados a partir do que dá dinamismo as atividades criativas, isto é as relações humanas, sociais e históricas que caracterizam culturalmente o território (REIS, 2014).

A delimitação dos territórios criativos ser compreendida, portanto, para além da visão geográfica, incorporando também as formas de produção contidas e exercidas no território e os elementos internos que possibilitam sua organização social e material.

Feitas essas considerações, pode-se rever as categorias propostas no Plano da Secretaria de Economia Criativa, sugerindo-se uma nova conceituação, a saber:

### **Cidade Arte**

Desenvolvido por LAZZERETTI (2003), o conceito de Cidade Arte; numa perspectiva analítica, é definido como um sistema local de elevado nível cultural (*HC Local System*). Tal sistema é caracterizado pela presença, no mesmo território, de elevados dotes artísticos, naturais e culturais que o identificam como um lugar de elevado nível cultural (*HC Place*). É formado por um conjunto de diversos atores: econômicos, não – econômicos e institucionais, os quais desenvolvem atividades de conservação, valorização e gestão econômica de tais recursos e que, em seu conjunto, representam um agrupamento de “alto nível cultural da cidade”.

## **Bairros Culturais**

Definidos como áreas espacialmente distintas e limitadas, com alta concentração de ofertas culturais, tanto em termos de consumo quanto de produção. Os Bairros Culturais contêm grande concentração de patrimônio e de equipamentos culturais e de entretenimento dentro da cidade – como monumentos, museus, teatros, cinemas, estúdios, galerias de arte, salas de concertos, livrarias, cafés, restaurantes. YÚDICE (2004) cita os exemplos de Bilbao, no País Basco, e da cidade de Peekskill, em Nova Iorque, Temple Bar no centro de Dublin, na Irlanda. No Brasil, podem ser citados os casos do Pelourinho em Salvador, do Reviver em São Luís e da Lapa no Rio de Janeiro. (LIMA, 2014).

## **Cidades Criativas**

Diferentes autores usam a conceituação de Cidades Criativas como local onde se desenvolvem e se apoiam as indústrias criativas. São cidades que nutrem e atraem atividades criativas intensivas em cultura e arte, incentivando as produções criativas e a integração destas à economia da cidade, gerando desenvolvimento social e econômico (REIS, 2011).

## **Polos Criativos**

São espaços de convivência e de produção cultural, os quais possuem uma dinamização própria, situados geograficamente próximos e restritos a um território de pequena dimensão, não necessariamente delimitado como bairro, cidade, etc.

## **Clusters Criativos**

Refere-se à concentração geográfica de uma indústria criativa, a qual reúne os seus recursos de forma a otimizar criação, produção, difusão e exploração de trabalhos criativos. Tal agregação, eventualmente, conduz à formação de uma rede e ao estabelecimento de parcerias.

Podem englobar organizações sem fins lucrativos, instituições culturais e artistas individuais. A existência de empreendimentos criativos em uma mesma área reforça a presença e a identidade de todos e de cada um. O conceito baseia-se, fundamentalmente, na localização territorial geográfica dos agrupamentos. O foco é nas atividades correlatas que esses arranjos possuem e nos fatores de comercialização e competitividade mercadológica, nas condutas e características gerenciais. Exemplos de Clusters Criativos são os de mídia no Reino Unido, de audiovisual de Bollywood, na Índia, de jogos eletrônicos na Austrália e de *Software*, Porto Digital, no Brasil. (LIMA, 2014).

### **Arranjos e Sistemas Produtivos Intensivos em Cultura e Mobilizadores do Desenvolvimento (ASPILs)**

ASPILs são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais com o foco em um conjunto específico de atividades que apresentam vínculos econômico e cultural mesmo que incipientes. O mapeamento e a conformação dos arranjos intensivos em cultura partem dos valores e das relações simbólico-culturais que estão difundidos no território onde se constituem os ASPILs, das análises dos aspectos culturais e das particularidades e da noção de identidade e pertencimento entre os agentes envolvidos. Consideram valores intangíveis (informações, redes de confiança, valores, crenças, relações identitárias, etc.) e tangíveis (insumos, bens, recursos financeiros e tecnológicos, etc.).

Os ASPILs refletem uma tendência de se pensar e estimular o desenvolvimento econômico e regional a partir de modelos de arranjos e aglomerações especializadas em determinadas atividades econômicas e culturais. São conceituações desenvolvidas por professores da Universidade Federal do Rio de Janeiro, sendo utilizadas como suporte a políticas em diferentes estados brasileiros.<sup>4</sup>

---

4 Estes estudos estão disponíveis no site da Redesist [www.sinal.redesist.ie.ufrj.br](http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br).

## **Bacias Culturais**

Uma rede hierarquizada de cidades que se configura em torno de um mesmo fluxo cultural, nutrido por fontes culturais diversas, que se fundem e se desdobram numa rede relacional de influências e confluências, para formar, em sua diferença e a partir de um imaginário compartilhado, um espaço original, nas quais diferenças e complementaridades contribuem para criar cadeias produtivas dotadas de elevado grau de dinamismo e sustentabilidade. (LUSTOSA DA COSTA, 2011).

A elaboração de uma matriz de regionalização da economia criativa deve ser o produto de levantamentos e estudos referentes a variáveis socioeconômicas, físico-territoriais, ambientais e político-administrativos. Trata-se de buscar, de um lado, fatores de homogeneidade e, de outro, fatores de diferenciação quanto a outras meso e microrregiões. O conteúdo desses levantamentos é explicitado, em linhas gerais, a seguir:

### **a) Levantamentos Físico-Territorial, Socioeconômico e Ambiental**

Levantamentos e análise de diferentes aspectos temáticos dentro do contexto físico-territorial, socioeconômico e ambiental, de maneira a promover o entendimento dos meios antrópico e físico-biótico. Objetiva-se, assim, subsidiar a leitura de tendências de crescimento, possíveis vocações econômicas locais e as inter-relações entre o processo de ocupação atual do território e a situação do meio-ambiente. Serão contemplados os seguintes temas:

- Contexto meso e microrregional de inserção social e econômica;
- Processo histórico de ocupação territorial;
- Formas de uso e ocupação do território;
- Aspectos demográficos (população residente por situação domiciliar; densidade demográfica; autonomia financeira; índice de alfabetização e nível de instrução);

- Aspectos econômicos (população economicamente ocupada nos setores produtivos e localização/caracterização das principais atividades de referência na economia municipal – agropecuária/pesca/extratativismo; plantas-industriais de porte; centros para comércio e prestação de serviços; setores criativos);
- Infraestrutura física (sistema viário/ transportes; saneamento básico; energia elétrica; telefonia e telecomunicações);
- Infraestrutura social (saúde, educação, segurança pública, atividades culturais/esporte/lazer);
- **Áreas especiais de proteção (unidades de conservação ambiental e patrimônios histórico, artístico e arqueológico);**
- Etnias especiais (caso existente);
- Patrimônio imaterial
- Aspectos climáticos e atmosféricos;
- Caracterização Geológica e Geomorfológica;
- Recursos Hídricos;
- Cobertura Vegetal;
- Aspectos Faunísticos Gerais.

#### **b) Identificação dos Comprometimentos Físico-Territoriais e Ambientais**

Através de leituras sobrepostas das atividades antrópicas sobre o meio físico-biótico, deverão ser mapeados os principais comprometimentos físico-territoriais e socioambientais, a partir da interpretação das interferências sobre os aspectos de ocupação humana em relação às atividades econômicas, à infraestrutura física e social e aos acervos

patrimoniais. Os mapeamentos temáticos seguirão a mesma linguagem utilizada no Diagnóstico Ambiental, considerando, contudo, diferentes variáveis de análise sobre a mesma base.

### **c) Levantamento da Estrutura Técnico-Administrativa**

O planejamento e a gestão do desenvolvimento regional exigem uma modelagem administrativa capaz de garantir agilidade e eficiência no atendimento das necessidades públicas. A fim de atender este quesito, faz-se imprescindível examinar os pontos fortes da Administração Pública local, em termos de recursos materiais, humanos e tecnológicos, bem como aqueles aspectos que precisam ser melhorados para atender às novas demandas surgidas com a execução do plano estratégico e dos seus desdobramentos. O diagnóstico implica em um levantamento sistemático da adequação da estrutura organizacional às estratégias requeridas para o desenvolvimento integrado e sustentável do município, na identificação e avaliação da eficiência dos macroprocessos funcionais.

## **5. Considerações, premissas e conclusões**

O estudo aqui desenvolvido sobre a economia criativa no Brasil permite adiantar algumas considerações de ordem teórica e metodológica para orientar futuras pesquisas. Dentre elas podem ser elencadas as seguintes:

1. A Economia Criativa ou, pelo menos, a indústria criativa, sempre existiu. Criatividade e engenho humano são os motores das culturas. É verdade que a reprodutibilidade técnica e a conversão acelerada de todo o trabalho humano em mercadoria potencializam o impacto desse segmento na valorização do capital;
2. É muito difícil mensurar a economia da cultura e, sobretudo, a chamada economia criativa. Os estatísticos se deparam com a enorme dificuldade de segmentar a economia de forma a evitar superposições e duplicidades;

3. A indústria criativa só pode explorar completamente seu potencial se investir em políticas de fomento e promoção associadas aos principais setores conexos - turismo, artesanato, culinária, games e outros serviços;
4. Ainda que percebida e definida dessa forma ampliada, sendo, portanto, relevante e expressiva no contexto da economia, ela tem limitada capacidade de atender a enorme demanda por ocupações da população brasileira, sobretudo de sua parte mais “envelhecida” ou menos capacitada em termos de escolaridade formal;
5. A indústria criativa reproduz (e talvez potencialize) as distorções da economia capitalista contemporânea, em termos de concentração e desigualdades. De um lado, o fato de depender do uso intensivo de capital humano, via economia do conhecimento, limita a participação de grandes contingentes de trabalhadores de baixa qualificação. De outro, tende a seguir a lógica de competição entre países, regiões e cidades por inserção vantajosa na economia mundializada, o que estimula a concentração de recursos aonde já existem condições de produção e consumo mais atrativas;
6. Existem bacias culturais, mas não existem bacias criativas. Numa bacia cultural podem existir (muito provavelmente existem) vários territórios criativos, com seus nichos expressivos, seus arranjos criativos locais. Neles prospera uma indústria criativa;
7. Do mesmo modo, as cidades não são criativas em si. Elas também abrigam territórios criativos, arranjos articulados (e integrados à indústria cultural) e guetos da contracultura;
8. As fronteiras dos territórios criativos são fluidas, ora abarcando, ora excluindo a dinâmica territorial das cidades e regiões. Isso não invalida o esforço de identificá-los e mapeá-los;

9. A tentativa de mapeamento de territórios criativos guarda uma contradição. A possibilidade de identificação desses territórios está condicionada pelo levantamento da densidade e do volume das atividades criativas dentro de um determinado espaço geográfico. Por outro lado, esse mapeamento reproduz a concentração econômica, industrial e cultural existente, relegando a segundo plano a dinâmica própria da cultura e sua força motora sobre a indústria criativa;
10. O mapeamento possível articula as duas lógicas - a lógica descendente dos aglomerados estatísticos do mercado prevalente na economia real e a lógica ascendente das manifestações da cultura popular, dos criadores independentes, dos guetos de contestação e dos nichos criativos. Mas quem é parte legítima para reconhecê-los e legitimá-los? Até agora este papel tem sido assumido por governos estaduais e municipais (e, às vezes, pelo próprio governo federal), mas a legitimação precisa ser buscada nas percepções e práticas das populações envolvidas, sem as quais, de fato, não se pode configurar o tecido de relações sociais, econômicas e simbólicas que caracterizam um território criativo.

## Referências

BENDASSOLLI, Pedro F. WOOD JR., Thomaz, KIRSCHBAUM, Charles, PINA E CUNHA, Miguel. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. São Paulo, FGV, **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n.1, jan./mar, 2009.

BOISIER, Sérgio. Desarrollo (Local): De que estamos hablando? In: Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), **Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local**. Rosario: Homo Sapiens, 2001.

BOISIER, Sérgio. Em busca do esquivo desenvolvimento regional. Brasília, Ipea, **Revista Planejamento e Políticas Públicas**, n.13, 1996.

BOISIER, Sérgio. Post-Scriptum sobre desenvolvimento regional. Brasília, Ipea, **Revista de Planejamento e Políticas Públicas**, n.19, 1999.

BOUROS-GHALI, Boutros. **An agenda for development**. ONU: New York, 1995

BRÉMOND, Janine, GÉLÉDAN, Alain. **Dicionário das teorias e mecanismos econômicos**. Lisboa: Livros Horizonte, 1988.

CASSIOLATO, J. E.; MATOS, M.; LASTRES, H. M. M.; STALIVIERI, F. **ASPILS. Atividades culturais**: consolidação do quadro conceitual e metodológico. Nota Técnica 13/08, 2008. Disponível em: [www.sinal.redesist.ie.ufrj.br](http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br).

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO-AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2.ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

DE MARCHI, Leonardo. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.37, n.1, p. 193-215, jan./jun. 2014.

FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, FIRJAN, 2014.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**.4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

LAZZERETTI, Luciana. City of art as a High Culture local system and cultural districtualization processes: the cluster of art restoration in Florence. *International Journal of Urban and Regional Research*, Wiley Blackwell, vol. 27(3), pages 635-648, 09, 2003.

LIMA, Carmen. **Abordagem de aglomerações produtivas para o setor cultural: uma avaliação dos arranjos produtivos locais.** Niterói. In: II Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Cultura, 2014.

LIMA, Selma Maria Santiago. **Territórios criativos** - estudo sobre polos criativos no Brasil. Brasília: MINC, 2011/2012.

LUSTOSA DA COSTA, Frederico, CUNHA, Augusto Paulo G. **Crise, prospectiva e políticas públicas.** XIV Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Salvador de Bahia, Brasil, 27 - 30 oct. 2009.

LUSTOSA DA COSTA, Frederico, CUNHA, Augusto Paulo G. Pensar o desenvolvimento a partir do local: novo desafio para os gestores públicos. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002.

LUSTOSA DA COSTA, Frederico. Cultura e Desenvolvimento: Reflexões em torno do conceito de bacia cultural. *Economia Global e Gestão*, v. 16, p. 105-128, 2011.

LUSTOSADACOSTA, Frederico. Instituições, cultura e desenvolvimento sustentável na bacia cultural de Araripe. *Cadernos EBAPE.BR* (FGV), v. 08, p. 146-165, 2010.

MAX-NEEF, M., ELIZALDE, A. Y HOPENHAYN, M. **Desenvolvimento em Escala Humana.** Uppsala, Fundação Dag Hammarskjold, Development Dialogue, Número especial 1986.

MEADOWS, D. L., MEADOWS, D. H., RANDERS, J. & BEHRENS, W.W. **Limites do crescimento** - um relatório para o Projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1972.

MILES, Duílio Castro. SACHS, Ignacy. Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2008. Resenha In:

**RASM**, Alvorada, ano 1, n. 1, p. 95-106, jul./dez. 2011 Disponível em:  
<http://www.saomarcos.com.br/ojs>.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2ª edição (revisada), 2012.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano de desenvolvimento de arranjos produtivos locais (APLs) de economia criativa**. Brasília, 2014.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. Tese de Doutorado. USP-FAU, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da Cultura ou Economia Criativa? Pondo os pingos nos is. **Cultura e Mercado**, 11 mar. 2007

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. **Desenvolvimento sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica**. Texto para Discussão. IE/ UNICAMP, Campinas, n. 195, out. 2011.

SEERS, Dudley. The meaning of development. Rio de Janeiro, **Revista Brasileira de Economia**, v.24, n. 3, p.5-50, jul/set. 1970.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SEN, Amartya.. **Freedom, Rationality, and Social Choice: The Arrow Lectures and Other Essays**. Oxford: Oxford University ,2000.

TOLILA, P. **Cultura e economia**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Creative economy report 2013 Special Edition**. UN, 2013.



## Capítulo 2

O Porto Maravilha e a ênfase cultural dos novos projetos urbanos

*João Domingues*

### **1. O urbanismo empreendedor e a gramática das cidades criativas**

O processo mais recente de transformação do capital, que na tradição do materialismo histórico representa a transição da fase monopolista à acumulação flexível, redimensionou com alguma radicalidade a ocupação simbólica e concreta do espaço. É razoavelmente consensual entre os intelectuais que ocupam de interrogar as relações entre espaço e capital uma certa emergência de correlação entre um novo modelo de administração das cidades e esta transição cíclica, onde exalta-se construções arquetípicas de tipos instrumentais de racionalidade econômico-burocrático em detrimento de outras modalidades de percepção sobre o urbano, reunindo interesses sobre o espaço que impõem aspectos mercado-técnicos acima dos aspectos sociais e culturais.

A progressiva desindustrialização urbana, o crescimento estrutural do desemprego, a austeridade fiscal e a capacidade declinante dos Estados-Nação em controlar os fluxos financeiros de empresas multinacionais estabeleceram as condições concretas para a efetivação deste novo modelo de governança e planejamento das cidades, sintetizado aqui sob o signo de *empreendedorismo urbano* (HARVEY, 2006).

Estas formas “empreendedoras” de ação sobre o espaço urbano reivindicam uma novíssima supremacia dos governos locais em relação aos Estados Nacionais na “promoção das condições de produtividade e competitividade das empresas localizadas em seu território, e à

capacidade de representação e legitimação políticas” (COMPANS, 2004, p. 31). Essa perspectiva sugere que os governos locais teriam posições privilegiadas na negociação com as empresas transnacionais e suas matrizes financeiras na integração aos sistemas urbanos.

Chama atenção a mudança do roteiro comum da relação entre capital e território; não mais “o capital busca vantagens locacionais, mas as localidades é que competem entre si, oferecendo vantagens locacionais para atrair os capitais” (ACSELRAD, 2004, p. 27). O argumento central para esta mudança assinala a necessidade de atração e manutenção dos capitais financeiros e móveis e das matrizes de empresas multinacionais, objetivo compartilhado “por quase todos os governantes de cidades do mundo” (COMPANS, 2004, p. 20). O desenvolvimento econômico em larga escala demandaria a participação orientada dos governos locais, com pacotes substanciais de incentivo e diminuição dos riscos de investimento ao capital.

A forma de negociação com o capital financeiro internacional, cada vez mais disperso territorialmente, interferiu na produção da agenda pública e na postura dos governos locais. Como contradição à dispersão geográfica das grandes empresas, bem como à ampliação das trocas comerciais e à proliferação dos mercados de capitais financeiros e fictícios, as mudanças introduzidas pelas novas formas de controle de processos produtivos, funções de comando e inovação estariam sendo acompanhadas pela fixação das matrizes corporativas nas grandes cidades, quando estas puderem oferecer “determinadas externalidades essenciais à sua realização, como modernas infraestruturas de transporte e telecomunicações e recursos humanos altamente qualificados” (COMPANS, 2004, p. 37).

Para que este modelo se consolidasse em plano mundial, foi necessário imprimir ao período uma série de mudanças radicais no conjunto de categorias enunciadas pelos atores que procuram ocupar posições predominantes na enunciação de discursos e na

construção dos modelos referenciais da gestão urbana, de modo a privilegiar as abordagens “administrativas” e “eficientes” da cidade, com crítica ao burocracismo dos Estados-Nação e seu “planejamento centralizador”. Desta forma, as estratégias discursivas acionadas após a década de 1990 procuraram anunciar uma inadequação dos sistemas urbanos e de seus modelos de planejamento aos desafios de um mundo globalizado, bem como as alternativas para as saídas da crise anunciada, tendo como solução a adequação e valorização de características urbanas “mundializadas” (COMPANS, 2004).

Esta racionalidade empreendedora não apenas impõe transmissões das funções dos Estados-Nação às municipalidades, mas constitui, em especial, a substituição radical da perspectiva de convivência e futuro comum da socialidade cidadina pelo heurismo pragmático da administração empresarial e a infalibilidade de seu discurso competente. Encolhe-se, desta forma, o espaço de atuação dos cidadãos e sua diversidade de problematizações para que os *managers* e *players*, os sujeitos dotados das competências mais adequadas para o empreendimento no espaço urbano, possam gozar de seus atributos a fim de definir as condições de interferência no uso público do planejamento. Nesta razão de intervenção, o padrão universalista regulatório clássico de ordenamento do espaço originalmente orientado para atender à função social da cidade é colonizado pelos padrões de competição internacional entre cidades e para a atração de investimentos financeiros (SÁNCHEZ, 2010).

A compreensão mais ampla do sentido de urbanização como um processo social espacializado no dinamismo da produção capitalista sobre o espaço carrega dois elementos dialeticamente articulados: i) o impacto sobre as formas construídas, espaços produzidos e sistemas de recursos de qualidades específicas todos organizados em uma configuração espacial distintiva; ii) o impacto sobre os arranjos institucionais, formas legais, sistemas políticos e administrativos (HARVEY, 2006). A cidade, além de uma outra forma de gestão, precisa

também que esta nova gestão empreendedora crie as competências para a comercialização, baseada em vantagens locacionais de infraestrutura, sociopolíticas e ambientais, culturais, fiscais, fundiárias ou na promoção ou atração de força-de-trabalho altamente especializada em tecnologia ou serviços. Criam-se, portanto, diversos instrumentos jurídicos e instituições voltados para a agilização da administração das cidades.

Entram em cena formas de intervenção “empreendedoras”, igualmente flexíveis quanto à “multiplicidade de polos de iniciativa e decisão, envolvendo atores não-governamentais, semipúblicos e privados” e, a dinâmica de promoção “dos mecanismos de negociação das normas urbanísticas, liberação do controle do uso do solo, renúncia fiscal e subsídio ao investimento privado, mediante a oferta de infraestrutura, terrenos, formação de mão-de-obra etc”, como forma de renovação do padrão de acumulação urbana (ACSELRAD, 2004, p. 27).

Tal como o léxico empresarial, as cidades - agora reificadas - adotam as gramáticas mais adequadas ao seu próprio empresariamento. Como tal, nas disputas com as outras cidades no circuito mundial de atração de capitais, “devem” aproveitar as janelas de oportunidades ofertadas pelo mercado mundial (VAINER, 2000). Especificamente no Rio de Janeiro, a radicalização desses novos padrões de espacialização do capital e mercantilização do espaço vem sido notada com evidencia no caso das agendas de megaeventos, em que a cidade é fraturada em pequenos territórios mais afeitos à acumulação de certos setores capitalistas especialmente interessados em rendas distintivas e monopolistas.

Como a governança para o empreendedorismo urbano depende de uma certa pactuação entre o setor público e agentes privados, deve-se levar em conta que as características de cada território irão determinar o projeto de cidade que será perseguido. De alguma maneira, as cidades empenham-se em demonstrar seus atributos únicos como meio de atração ao capital financeiro ou aos agentes privados, seus potenciais investidores.

Este registro é essencial para entender que o empreendedorismo urbano tenta se apresentar como uma forma de generalização da organização da gestão urbana, mas seu êxito é diretamente conectado às características particulares de uma cidade, as quais são acionadas para que o modelo de gerenciamento ganhe forma. Cabe aqui realizar uma diferenciação mínima quanto às possibilidades de atração entre investimentos e indivíduos consumidores e indivíduos trabalhadores, essencial para compreender como a generalização do empreendedorismo urbano se conecta ao campo cultural e às políticas culturais.

Com o declínio do setor industrial, uma massa de trabalho vivo é deslocada para o setor de serviços, cada vez mais tecnicamente baseado nas atividades ligadas à digitalização de informação e caracterizada pelo barateamento dos custos de dispositivos comunicacionais (CLARK et al, 2002). As mudanças no campo do trabalho oriundas das novas tecnologias de comunicação produziram um cenário bastante diferenciado de integração dos trabalhadores no espaço urbano.

Se as cidades industriais perderam capacidade de planejamento e conexão após a flexibilização e dispersão produtiva do capital, os grandes núcleos urbanos americanos e europeus, em função dos mais diversos tipos de seus equipamentos de serviços e do alto investimento em economia de informação, permaneceram como o centro das matrizes financeiras de grandes empresas. Como tal, eles reúnem condições de atração de uma classe trabalhadora peculiar, com alto grau de especialização educacional e rendimentos salariais muito elevados, que se posicionou nas transformações do capitalismo flexível entre o setor financeiro e o de alta tecnologia. Uma parte pequena deste grupo de trabalhadores representa uma certa concepção de mudança na divisão social do trabalho, agregando aspectos intelectuais na relação com o capital (LAZZARATO e NEGRI, 2001).

Pela lógica de dispersão geográfica do capitalismo flexível, o nível de distinção do projeto de coalizão urbana se determina também pela

capacidade de atração de uma novíssima classe de sujeitos menos dispostos à fixação territorial, já que a lógica salarial destes grupos acompanha a dinâmica de dispersão financeira atual. Portanto, os interesses desta classe trabalhadora, traduzidos como “qualidade de vida”, serão o tom distintivo do investimento do empreendedorismo na produção do espaço urbano e no fornecimento de serviços pessoais orientados a reboque de um certo um certo tipo de refinamento estético. As práticas de consumo estendidas ao uso do espaço nestas cidades têm como nexos causais a preocupação com a estilização da vida destes consumidores ativos, diretamente identificados com as classes médias e altas (CLARK et al, 2002).

Por outro lado, existem cidades com outras dinâmicas de produção. Estas precisam introduzir ao seu planejamento empreendedor um certo número de propriedades diferenciadas para atrair uma classe de interessados mais ligados ao gasto econômico imediato que à fixação territorial. É nesta aparente incapacidade que a dimensão da cultura pode refletir correlação ao modo empreendedor de gestão urbana. Parte das críticas à nova gestão urbanística tem como centralidade as políticas de marketing urbano, que negociam a autopromoção publicitária da cidade em torno de sua vinculação como um culturalismo de mercado. Neste caso, a percepção é de que a cultura, “cujo consumo, na forma de refinamento artístico ostensivo, é a melhor garantia de que o clima para os negócios é saudável” (ARANTES, 2009, p. 29), produz, em última instância, uma subordinação de determinados valores-de-uso a valores-de-troca, aos que conseguem extrair desta negociação seus benefícios exclusivos (ARANTES, 2009).

Para esta extração, a caracterização de um modelo culturalista não pode ser neutro às condições de reprodução urbana. Neste modelo, o estatuto do cultural é tanto um recurso estilístico que auxilia a transformação da cidade ela mesma em um certo tipo de capital (ampliação de serviços culturais específicos), quanto um recurso

político recomendável para a concretização de um consenso entre grupos sociais sobre o ingresso da cidade-mercadoria em um mercado mundial de cidades. Neste sentido, situar a cultura enquanto recurso do empreendedorismo urbano implica em posicioná-la como uma escolha instrumental em torno de disputas e de estratégias semânticas diversas.

Para atender a um empreendimento de grande envergadura no espaço urbano, os articuladores deste processo precisam recorrer a um elenco de categorias que tenham uma extensão capaz de referir-se às mudanças no campo do trabalho, para atender tanto aos interesses dos grupos que principiam as formas contemporâneas de acumulação urbana quanto aos agentes propensos a ocupar suas “novas” oportunidades de emprego. Desta maneira, naturalizam-se processos sociais de integração destes agentes na complexa conexão entre o trabalho cultural e a necessidade de atração de capitais financeiros no âmbito urbano.

A concepção de cidades criativas responde a este desafio. É capaz de, ao mesmo passo, reivindicar e naturalizar as profundas mudanças da produção do urbano no período flexível do capital, estimular o posicionamento de agentes em novos postos de trabalho criados em função das mudanças tecnológicas da microeletrônica e, operar intervenções na organização espacial traduzida em enclaves urbanos direcionados para a visitação turística ou para o agrupamento territorial de pequenas e médias empresas relacionadas à prestação de serviços ou instituições associadas que cooperam ou competem entre si.

Recentemente, muitas cidades europeias, norte-americanas e sul-americanas com característica industrial desenharam estratégias culturais para a regeneração econômica, incluindo o suporte para setores da economia da cultura e a extensão de facilidades para a construção de ambientes urbanos. Estratégias culturais podem atuar centralmente na regeneração urbana de antigas regiões industriais, mas funcionam mais como um reforço da imagem urbana que como uma máquina de criação de emprego. É evidente que a capacidade

de crescimento exponencial da economia municipal incrementa suas atividades culturais, mas é necessário questionar-se se as cidades podem basear-se unicamente no crescimento das indústrias culturais para sustentar-se economicamente (KRÄTKE, 2012). Ainda assim, uma certa coqueluche temática consolidou a presença de consultorias internacionais “ávidas” por apresentar às coalizões urbanas os caminhos para tornar as cidades em crise em cidades criativas.

Esta perspectiva encontra ressonância no trabalho de Landry e Bianchini (1995). Os autores buscam explorar a dimensão da criatividade como uma possibilidade real de enfrentamento das crises pelas quais as cidades passam na reorganização do capitalismo flexível. Landry atesta que um dos principais problemas das cidades é a divisão cada vez mais socialmente fragmentada, com seu mercado de trabalho rateado entre gestores bem remunerados, tecnólogos e profissionais especializados em direito transnacional e negócios, e funcionários menos qualificados, de baixa remuneração e com serviços de período parcial, muitos dos quais são mulheres ou de minorias étnicas. (LANDRY E BIANCHINI, 1995, p. 14, tradução nossa)

A criatividade é vista como uma possibilidade pra enriquecer “as ciências duras do planejamento urbano”, mobilizando “experiências de diferentes pessoas atualmente marginalizadas em seu processo decisório” (LANDRY E BIANCHINI, 1995, p. 09, tradução nossa). Os autores sugerem que o seu trabalho é resultado “de um longo período de pesquisa e consultoria sobre os problemas e as possibilidades de cidades na Europa e proximidades”. São cidades que enfrentam a baixa de valor-agregado das velhas indústrias, instabilidades, crimes, insegurança e a dependência das indústrias do século XXI da “geração de conhecimento através da criatividade e inovação combinado com rigorosa sistemas de controle” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 12, tradução nossa).

Assim, o pensamento criativo seria uma forma de superar a rigidez do planejamento clássico de maneira a abrir-se aos “complexos

fenômenos que nem sempre podem ser tratados de forma estritamente lógica” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 17, tradução nossa). Para tanto, Landry atesta que os sistemas produtivos precisam romper com os tipos instrumentais de criatividade, apelando para um tipo completamente diferente de criatividade, (...) para avaliar os impactos em diferentes esferas da vida, para ver de forma holística, para entender como as mudanças materiais afetam percepções, para compreender as ecologias sutis de nossos sistemas de vida e como torná-los sustentáveis. (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 27, tradução nossa).

Quanto à dimensão da criatividade requerida, os autores fazem dois movimentos explicativos complementares. O primeiro é destacar a noção de criatividade em relação a de inovação. Enquanto a criatividade daria conta dos “processos através do qual novas ideias são produzidas”, a inovação seria “o processo através do qual são implementadas” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 20, tradução nossa). Este movimento é importante, segundo o autor, para descrever cidades que podem ser criativas “sem que tenham as habilidades analíticas, avaliativas e financeiras para desenvolver soluções inovadoras” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 20, tradução nossa).

O segundo movimento descreve a dimensão expressa da criatividade nas interações dos sujeitos com o mundo. Para Landry e Bianchini, a criatividade seria ordenada nas áreas das artes, publicidade, ciência e comunicação, organização e gestão de negócios, subculturas jovens e movimentos coletivos. Transportado à esfera urbana, este movimento atende ao fato de que no momento, a maioria dos governos municipais tem se inspirado apenas por dois tipos de criatividade que são mais fáceis de entender e gerenciar: àqueles que demandam o gerenciamento de organizações e negócios e os da publicidade e comunicações, vistas sob o número cada vez maior de campanhas de city marketing implementadas (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 23, tradução nossa).

Neste sentido, os autores se mostra preocupado em construir as condições para as cidades se transformarem em ambientes criativos.

Colocando-se como inovador, Landry propõe uma certa quantidade de obstáculos a se remover para que as cidades possam criar um ambiente propício à criatividade. Acurando o princípio empreendedor, o autor descreve que a gestão das cidades é, em grande parte, executada “por funcionários públicos que devem responsabilidades aos eleitores. Isso retarda o ritmo de resposta aos problemas, que tende a ser mais rápido em empresas privadas” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 24, tradução nossa) A solução para este obstáculo seria desenvolver um modo de gestão mais aberto, “criando canais para fluxos de ideias criativas dos seus cidadãos”, “assim como as melhores empresas aproveitam sua força de trabalho e seus clientes para boas ideias” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 25, tradução nossa).

Uma outra questão é a medição das regras públicas para o funcionamento da administração urbana. Este processo gera regulamentos complexos de longa duração, que envolvem “permissões de planejamento, licenças e restrições de tráfego” (LANDRY e BIANCHINI, 1995, p. 25, tradução nossa), os quais criariam uma certa mentalidade burocrática resiliente à mudança, impregnando toda a administração pública.

O autor também faz referência ao “jogo de competição interurbana”, destacando que as cidades tendem a basear suas propriedades menos “em recursos naturais, localização ou a reputação do passado” e “mais na capacidade de desenvolver imagens atraentes e símbolos para projetá-las eficazmente”. Se a economia criativa é relacionada à dimensão individual, a cidade criativa não pode aparecer de outro modo senão como reificada, capaz de desenvolver estratégias atrativas para a visitação ou moradia das classes criativas.

Desta feita, é possível que se conceba a relação entre criatividade e espaço tendo como acento a maximização da lucratividade de certos setores sociais específicos. Em sendo, a dimensão criativa orientada pelo processo urbano poderia assim converter-se em uma ideia-referência aos sujeitos prioritários da intervenção espacial.

Assim, a noção ampliada de planejamento e do direito à cidade dá lugar à prática de investimentos em locais selecionados da cidade, buscando dotar certos territórios - os capazes de oferecer maior rentabilidade - dos meios para o desenvolvimento endógeno via atração de capitais. O enclave territorial é, portanto, definitivo para a maximização da lucratividade. Desta forma, seria possível afirmar alguma coincidência retórica entre a nova gestão urbana e a economia urbana criativa se, de alguma forma, fosse possível identificar as características de espacialização dos empreendimentos criativos. Caso mimetizem as lógicas de espacialização especulativa do capital, podem servir como superposição ideológica, construindo as dimensões simbólicas e o conjunto estético derivado da nova lógica urbana, ou ainda como meio de organização de setores culturais vulneráveis ao processo urbano especulativo, quando estes se mostrem capazes de traduzir suas demandas no interior das gramáticas exigidas na modalidade “economia criativa”.

Seguindo exemplos de cidades europeias, percebe-se um aumento do número de cidades brasileiras que propõe intervir nos seus centros antigos com intuito de “recuperar” qualidades ou funções que estariam sendo perdidas. Diante do aumento cada vez mais marcante da fragmentação social e espacial urbana, os poderes públicos procuram se afastar do modelo norte-americano, que havia servido de referência até então, para buscar inspiração nas políticas urbanas europeias. De forma geral, as ações em áreas centrais combinam a introdução de novas estruturas físicas - com atuação do mercado imobiliário e da construção civil - conjugado com valorização da identidade cultural, acentuando a preservação do patrimônio arquitetônico. Importante notar que a preservação de imóveis, que antes eram vistos como um empecilho ao desenvolvimento territorial, hoje são subjacentes à renovação de setores imobiliários e de pequenas empresas de arquitetura, sendo nutridas por programas públicos em sua capacidade de financeirização.

É nesse sentido que as políticas públicas das cidades brasileiras dão início aos processos de revitalização urbana, em que o fenômeno da gentrificação parece sempre permeado e circunscrito nas transformações espaciais e sociais oriundas dessas interferências urbanas. A importância e atenção fundamental dada ao centro da cidade, além de representarem uma necessidade de proximidade física entre os diversos atores humanos dos serviços da nova economia mundial, são percebidas enquanto estratégias do poder público em acordo com o setor privado para tornar as cidades mais competitivas para a economia mundial.

Simultaneamente, introduz-se políticas de *image-making*, com objetivo de conferirem visibilidade transnacional à cidade, traçando um terreno propício à entrada de grandes investimentos estrangeiros e fomento acentuado ao turismo, a partir de uma promoção de uma imagem de cidade única, como produto inédito a ser consumido (ARANTES, 2009, SÁNCHEZ, 2010). Como estratégia, coloca-se em prática uma abordagem culturalista da cidade, em que a percepção é de que a cultura aparece tanto um recurso estilístico que auxilia a transformação da cidade ela mesma em um certo tipo de capital (ampliação de serviços culturais específicos), quanto um recurso político recomendável para a concretização de um consenso entre grupos sociais sobre o ingresso da cidade-mercadoria no mercado mundial de cidades.

A mudança da gestão urbana, portanto, reposiciona “qualidades únicas” da cidade para destacar-se em relação a outras cidades, sejam as naturais, o complexo arquitetônico existente ou a se construir, seus serviços especializados, sua diversidade e atrativos culturais. Como a problemática urbana do empreendedorismo implica na contenção do capital financeiro e na geração constante de empregos urbanos agregados à estruturação do espaço, a cultura - e a economia criativa, por construir uma relação mais endêmica entre trabalho cultural e geração de valor - se mostra uma peça fundamental para seu projeto.

É neste ambiente político que a adoção do empreendedorismo urbano na forma de planejamento estratégico ganha força na regulação urbana do Rio de Janeiro. Trata-se de um processo que possibilita inscrever a cidade no mercado mundial de grandes negócios urbanos e habitar o imaginário da reificação da cidade sobre um conjunto de atributos culturais. É justamente deste ordenamento do planejamento territorial que emerge uma nova relação entre a organização da cultura e seus desdobramentos no território.

## **2. A intervenção na Zona Portuária: antecedentes**

Retomando a questão para o objeto da pesquisa, é necessário atentar para a forma como a qual a literatura crítica contemporânea do urbanismo vem se dedicando a ressaltar as políticas de revitalização de centros urbanos como uma referência do empreendedorismo urbano (SMITH, 2006). Este “retorno” ao centro, entretanto, não se faz em desalinho às contradições inerentes aos novos processos de espacialização, seja na qualidade de suas moradias, na organização de sua morfologia, na ofertas de serviços e nos múltiplos usos sob os quais as urbanidades podem ser interpeladas.

Em razão da modificação um tanto radical dos paradigmas fordistas para a acumulação em razão financeira do capital, a incidência em relação ao espaço renova tanto a centralidade das cidades na oferta de novos negócios urbanos, quanto a ecologia de práticas sociais referentes aos valores-de-uso urbano. Este novo cenário de indagações proporciona conceber formas as mais diversas sob as quais os territórios e os agentes que lhe dão sentido de ocupação e uso combinam ações de retração ou entrega à acumulação urbana.

Por óbvio, os zoneamentos que tem em sua razão funcional “original” as atividades diretamente conectadas ao padrão fordista são radicalmente afetadas em seu modelo atual de espacialização.

Alguns destes territórios são imediatamente “convidados” a renovar seu repertório de funcionalidade, seja pela própria gestão pública ou pela incrível mobilidade com a qual o valor do solo consegue cumprir o roteiro especulativo do padrão financeiro do capital flexível, reorientando não apenas as possibilidades de novos parâmetros de acumulação - geração imediata de renda e trabalho - mas igualmente recalçando vínculos sócio-culturais que remetem às temporalidades e instâncias simbólico-espaciais. Como tal, os sujeitos que em algum momento se encontravam não apenas habitando por circunstância estes lugares, mas identificados com movimentos comunitários que orientavam o sentido de sua conexão com o mundo social, sofrerão com as ameaças imediatas de deslocamento físico ou desconexão simbólica.

Mas alguns destes territórios “insistem” em permanecer conectados às suas funções aparentemente “originais” - zonas de mercado varejista, pequenas praças, espaços de lazer comunitários, escolas, hospitais -, permanecendo como referentes sintagmáticos que proporcionam algum tipo de coesão social ou comunitária, podendo assim resistir ao novo ciclo de espacialização capitalista, ou ainda, conseguem combinar-se ao novo modelo de produção territorial, construindo-se em torno de rendas espaciais distintivas referentes às comunidades muito especiais - restaurantes que remetem à movimentos de imigração, por exemplo -, fazendo tornar a leitura da espacialização um desafio muito intrigante.

Neste esforço de síntese, pretende-se incluir o processo de requalificação da zona portuária do Rio de Janeiro, caso exemplar das relações de funcionalidade para acumulação urbana, heranças de modificação urbana e urbanidades singulares da história de espacialização da cultura cidadina. Curioso notar como as zonas portuárias remetem às populações de várias cidades as “imagens de degradação, sujeira, violência, velhice, escuridão” (GIANELLA, 2013). Esta noção de espaço degradado constrói um certo sentido de fatalidade que será o arcabouço moral da necessidade de sua recuperação, como que se o espaço ora perdido pudesse ser reconquistado para o conjunto da cidade.

Mas o Porto carioca parece ter uma característica que o distinguirá dos demais. Se o Centro da cidade do Rio de Janeiro é reconhecido por uma série de modificações ao longo do século XX, as intervenções em seu porto se deram de forma ainda mais radical.

A Zona Portuária do Rio de Janeiro, designada pela Prefeitura do Rio de Janeiro como Região Administrativa I, é composta por quatro bairros (Caju, Gamboa, Santo Cristo e Saúde) e diversos morros e favelas, com população de aproximadamente 50 mil pessoas.

O processo de ocupação se deu inicialmente em torno dos interesses dos cafeicultores do Vale do Paraíba e de alianças com os setores industriais relacionados principalmente com as atividades ferroviárias e portuárias (GIANELLA, 2011) estando intimamente ligado às atividades portuárias da cidade. O Rio de Janeiro, como capital do Império, servia como escoadouro e chegada de mercadorias, central no sistema de taxações da Monarquia. Igualmente, o Cais do Valongo transformou-se no “pólo (sic) central do comércio de escravos a partir da transferência do mercado da área central da cidade” (MELLO, 2003, p.21), sendo imediatante referenciada em sua demografia. Motivou-se, assim, um processo de ocupação do solo urbano que privilegiaria o posicionamento das classes altas nos subúrbios e das classes mais baixas nas áreas centrais, já reconhecidas em sua insalubridade e degradação (GIANELLA, 2011), de tal forma que a zona portuária abrigou a primeira favela da cidade, no Morro da Providência, ocupada pelos soldados republicanos da Guerra de Canudos<sup>5</sup>.

Como tal, é possível perceber as flutuações no planejamento da cidade, os resquícios de endurecimento das atividades populares promovidas pela regulação do poder público, a secularidade das propriedades imobiliárias, as confusas intervenções transescalares, que incidiram sobre sua diminuição de importância na pujança econômica da cidade.

---

5 Como conhecido, havia sido prometido aos combatentes republicanos que batalharam em Canudos a entrega de residências. Com a promessa descumprida, os soldados ocuparam o espaço do Morro da Providência.

No limiar do século XIX, fora possível instalar-se na região uma série de moinhos e fábricas, em função da infra-estrutura de esgoto e gás, agora instaladas na região. A ocupação do espaço indica a intensa ocupação de habitações coletivas, conferindo caráter mais popular ao território. A caracterização da área como industrial se completou no século XX, inclusive ampliando a ocupação de conjuntos habitacionais e vilas, o que concedeu à Zona Portuária uma certa estabilidade em seu padrão edilício.

Em fins do século XIX e início do XX, a Zona Portuária será então capturada pela lógica sanitária e embelezadora da interferência urbana republicana. Este processo compunha concomitantemente dois anseios: reconfigurar o repertório estético e memorial do período imperial, inclusive em novas operações urbanas; e preparar a capital da novíssima República para os novos tempos de modernidade. Como tal, é possível perceber que apenas no decorrer do século XX muitas das análises sobre os possíveis aformoseamentos da cidade do Rio de Janeiro seriam de fato levadas à cabo.

Se a Zona Portuária conseguiu manter-se como um dos polos de trabalho mais bem organizados ainda no início da Primeira República, pouco-a-pouco a região conheceu um cáustico declínio. Mas a transição à República significou também imensas questões para o modelo habitacional da cidade, em especial pelo êxodo rural e o fim da escravidão, e à circulação de mercadorias.

A transição entre Império e República significara, ao mesmo tempo, a continuidade ou esgotamento de projetos de intervenção na zona central de sua capital<sup>6</sup>. Já na primeira década do século XX, a Zona Portuária conhece sua maior intervenção. O Porto do Rio de Janeiro se mostrava esgotado em sua capacidade de responder às exigências de volume e velocidade de importações e exportações de mercadorias (BENCHIMOL, 1992).

---

6 Já em 1875, em projeto elaborado pela Comissão de Obras do Porto havia indicado processos de melhoria no porto; “seria um cais contínuo desde o Arsenal de Marinha até a Ponta do Cajú, dividido em duas seções: a primeira, até a ilha das Moças, para o serviço de navegação internacional, ou de longo curso, e a segunda, da ilha das Moças até a ponta do Cajú, chamado de cais sanitário, para as embarcações de cabotagem” (MELLO, 2003: 49).

O novo porto foi construído pelo Governo Federal entre 1903 e 1910, como parte do conjunto de obras de intervenções físicas, sanitárias, de transporte, drenagem e reaproveitamento do uso do solo pensadas por Pereira Passos. Concorrem na Zona Portuária dois desenhos distintos de ocupação do solo. De um lado, grandes avenidas se entrecortando, grande parte propriedade da União; do outro, morros com lotes estreitos e pequenas unidades habitacionais, que narram outras histórias de ocupação. Portanto, nas intervenções propostas por Pereira Passos definem-se uma suburbanização como contendo os três bairros portuários principais, isolando os portuários do conjunto da cidade (BENCHIMOL, 1992).

A ocupação da área reforça o caráter de sua funcionalidade. As áreas aterradas, a construção de armazéns e as indústrias que ali se firmarão definem um certo tipo de zoneamento particular à região e acompanham o abandono do centro das classes médias e altas em direção à zona sul, da ocupação de atividades industriais na faixa da Avenida Brasil e do eixo de desenvolvimento urbano em direção à zona oeste. As relações entre concentração de renda e de espaço fixar-se-ão em outros locais, iniciando ciclos de acumulação urbana específicos em outras zonas, e dando início ao esgotamento do ciclo de ocupação econômica da zona portuária.

No âmbito do planejamento urbano internacional, a intervenção em áreas centrais ganha forte acento nos anos 1960, cujo interesse geral era organizar a malha urbana para investimentos em obras viárias (MACEDO, 2004). Como uma aproximação entre as preocupações urbanas do período e as políticas culturais, ao final da década de 1970, a concepção urbana do patrimônio toma forma de programa municipal, via legislação de proteção urbana e fora dos institutos dedicados à memória.

No fim da década de 1970, a prefeitura iniciou a introdução de instrumentos urbanísticos de proteção de áreas urbanas da cidade, com a criação do Corredor Cultural (PINHEIRO, 2002). Os anos 1980

contaram ainda com outros programas de proteção e conservação imobiliária em bairros históricos, dando continuidade ao processo. Ainda assim, os bairros do Centro e suas adjacências encontravam-se em processo de esvaziamento e degradação urbana. A implantação do Projeto Sagas, de 1985, permitiu que as políticas urbanas iniciassem ações sobre a renovação da zona portuária do Rio de Janeiro, através de legislação municipal (CARLOS, 2008).

A experiência no desenvolvimento dos bairros portuários projetou ao Rio de Janeiro, genericamente, os métodos de inventário destinados à conservação dos imóveis. Desta forma, definiram-se as Áreas de Proteção Ambiental (Apa)<sup>7</sup>, a partir do decreto 7.612, de 1988. É importante ressaltar que a Apa já “era um instrumento originalmente previsto na legislação federal para a proteção de ambientes naturais que foi adaptado aos propósitos de proteção de áreas urbanas, através de Decretos do Poder Executivo Municipal” (CARLOS, 2008, p. 100). Em razão desta formulação, a cidade do Rio de Janeiro torna-se referência em políticas de proteção urbana para outros municípios do Brasil (CARLOS, 2008).

O Decreto N°7.351, de 14 de janeiro de 1988 institui a APA dos bairros da Saúde, Santo Cristo, Gamboa e Centro, limitando os gabaritos de construção, as atividades de comércio, armazenagem e serviço e a tipologia industrial pelo zoneamento proposto, “submetendo a aprovação de todas as licenças de obras e os projetos de parcelamento a parecer do Departamento Geral de Patrimônio Cultural (DGPC), da Secretaria Municipal de Cultura.

---

7 Em 1992, as Apas sofrem uma alteração importante no aspecto conceitual. O Plano Diretor Decenal da Cidade do Rio de Janeiro, discutido entre poder público municipal e grupos sociais organizados, passa a considerar em seu texto a extensão do princípio de conservação “ambiental” para a conservação do “ambiente cultural”, “sinalizando na direção da consideração dos aspectos imateriais existentes na Apa” (CARLOS, 2008, p. 100). Emprega-se um novo instrumento urbanístico, as Áreas de Proteção do Ambiente Cultural (Apac), incorporando “integralmente o texto do Decreto nº 7.612” (CARLOS, 2008, p; 100).

No caso da Zona Portuária, esta explicitação das políticas de patrimônio será acompanhada por dimensões das políticas urbanas que tratarão do desenvolvimento territorial, em grande partes motivadas pelo enfraquecimento da atividade portuária, a desindustrialização e reconversão de áreas centrais. A situação se radicalizará em função da transformação das próprias atividades portuárias. A modernização dos processos de gestão e de tecnologia, e o aumento do volume de cargas, a implantação de sistemas de esteiras rolantes e *containers*, determinou o esgotamento das possibilidades das instalações do porto carioca, deslocando o transporte marítimo de cargas de granel para o Porto de Itaguaí, na região metropolitana, em 1982 (MELLO, 2003). Com a modernização dos sistemas de portos e as mudanças no modo de circulação de mercadorias de importação e exportação, a zona portuária sofreria com a decadência imobiliária e com a monofuncionalidade de sua infra-estrutura. Ademais, sua imagem de abandono e estagnação foram acompanhadas por processos materiais de pauperização.

A partir de então, a zona portuária tornou-se um dos focos de investimento público entre o *urban renewal* e o *city marketing*, esforços de requalificação do espaço. As tipologias de intervenção variarão, mas todas as iniciativas terão como componente central a perspectiva de inserção do Rio de Janeiro num mercado de cidades-negócio<sup>8</sup>.

O período em que César Maia está à frente da prefeitura do Rio de Janeiro é definidor para a transição da gestão pública de cultura. No caso das políticas culturais empreendidas no âmbito da municipalidade carioca nas últimas duas décadas, esta relação se coloca sob uma ordem bastante complexa de ações, por vezes contraditórias, quando se submetem de forma explícita à conjuntura do empreendedorismo urbano. É também a partir da gestão de César Maia que a relação da cultura com o território é construída mais detidamente, em aproximação com o marketing urbano.

---

8 Entre estas, o Plano de Desenvolvimento Portuário e o Projeto Cidade Oceânica do Rio de Janeiro, como "parte de um política de expansão das atividades portuárias" (MOREIRA, 2004, P. 97) e para criação de "um polo de animação cultural e de intercâmbios no Porto" (MOREIRA, 2004, P. 99).

Para tanto, as políticas culturais do Rio de Janeiro propuseram novas formas de relação com o espaço, especialmente sob operações urbanas de ampliação de equipamentos culturais ao redor do conjunto da cidade e de alterações das políticas patrimoniais. Trata-se de ações com flutuações muito evidentes, a ponto de sobreporem-se tanto a projetos de renovação distributiva de equipamentos em bairros periféricos, quanto seu oposto, ao investimento em capitais fixos transformados em iconografias urbanas espetaculares e acessórias ao *city marketing* carioca.

A primeira tentativa de indução dos investimentos no espaço urbano através do emprego de capital fixo espetacular tem como modelo a experiência na cidade de Bilbao, que também adotou o planejamento estratégico como seu principal meio de transformação urbana. O município basco, como o Rio de Janeiro, passou por um grande processo de desindustrialização e uma crise de suas atividades portuárias após a década de 1980. A aposta na reorganização da economia urbana implicou nas atividades ligadas ao turismo cultural e recreativo. Para tanto, apelou-se ao urbanismo monumental, centrado na “arquitetura de grife” de edifícios-âncora de viés culturalista (BONATES, 2009), via criação de uma filial do Museu Guggenheim.

De maneira a reproduzir o modelo de intervenção urbana da capital basca, já na campanha eleitoral de 2000, César Maia anunciava seu desejo em construir uma filial do Museu Guggenheim no Píer Mauá (CAMARGO, 2008). Entre os equipamentos próprios para as revitalizações urbanas, as praças, centros culturais e polos esportivos são os mais importantes. O momento também encontrava ressonância na política cultural em plano federal. A tentativa era tornar o equipamento um impulso para a regeneração do espaço. Importada do planejamento estratégico basco, a iniciativa de implementação da filial Guggenheim na cidade tornou-se, assim, o principal tema de discussão nas políticas culturais no Rio de Janeiro no início dos anos 2000.

No contrato firmado com a Fundação Guggenheim, a prefeitura seria obrigada a arcar “com os custos de execução do projeto, além da cobertura de custos operacionais do museu que não viessem a ser arrecadados em receita durante 10 anos - estimados, à época, em cerca de US\$ 8 a 12 milhões anuais” (CAMARGO, 2008, p. 106). Orçado inicialmente em US\$ 150 milhões, sendo US\$ 28,8 milhões apenas para permissão de uso da marca, o projeto desenvolvido por Jean Nouvel foi muito questionado pelos meios de comunicação da imprensa e, suspenso por decisão judicial em 2004.

Mas é na transição para o período Eduardo Paes que as relações entre o urbanismo empreendedor, com foco nas alterações morfológicas no centro da cidade do Rio de Janeiro, e a economia criativa mostrarão alguma concomitância. No plano institucional esta marca será vista em pelo menos dois momentos explícitos: i) na publicação do plano estratégico *Pós-2016, o Rio mais integrado e competitivo*, que reserva ampla discussão sobre o centro da cidade e o desejo de tornar a cidade como uma capital da indústria criativa (DOMINGUES, 2013); e ii) a incorporação da temática da economia criativa na criação da Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design (SUBPC), posteriormente transformada no Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH).

### **3- Porto Maravilha: a máquina de crescimento urbano e os trabalhadores criativos**

Como traçado até aqui, evidencia-se que as relações do parcelamento espacial são essenciais à maximização da lucratividade na espacialização do capitalismo contemporâneo. Mas, por óbvio, as condições específicas de cada território - tanto sua fisicalidade quanto as constelações sócio-espaciais que nele se farão presente -

influenciarão na qualidade da intervenção do processo empreendedor. Como base de liquidez para o processo de atração de capitais, a cidade enquanto corpo organizado precisa ser cindida em um conjunto estrito de territórios, tendo em vista a maximização dos investimentos. Assim, a noção ampliada de planejamento e do direito à cidade dá lugar à prática de investimentos em locais selecionados da cidade, buscando dotar certos territórios - os capazes de oferecer maior rentabilidade - dos meios para o desenvolvimento endógeno via atração de capitais.

No caso da região portuária carioca, mostrar-se-ia como parâmetro de condições amplas de sua nova produção: i) a base retórica da *degradação* como fator de sustentação da emergência interventora; ii) a mímesis urbana, apoiada em *cases* vitoriosos de outras regiões portuárias e no sucesso da empreitada catalã; iii) a memória de intervenções prévias fracassadas, cujo fundamento revelaria a necessidade de superação da monofuncionalidade da região; iv) a agenda de eventos esportivos internacionais - em especial, a Copa do Mundo de futebol e as Olimpíadas -, garantindo ao Rio de Janeiro “projeção” de sua marca urbana.

No caso estrito da cidade do Rio de Janeiro, combina-se ainda um fator essencial. Sua zona portuária sofreu agressiva desvalorização imobiliária com a queda das operações de serviços e a fuga das pequenas indústrias para a Zona Norte. Mas sendo uma região próxima ao centro, acaba ocupando importância na requalificação deste conjunto estrito da cidade - desde a década de 1980, já se iniciaram os projetos de revitalização da zona portuária. Os planos estratégicos produzidos no âmbito de sua municipalidade atestam a centralidade da zona portuária na produção de novos negócios urbanos.

De certa maneira o processo remonta às análises de Logan e Moloth (1987) sob as articulações em coalizões urbanas entre grupos de elites urbanas com interesses rentistas. De forma a consolidar no imaginário citadino o consenso pelo “crescimento”, as coalizões de elite “centradas na propriedade imobiliária e seus derivados” (ARANTES,

2000:27) lançam mão da incorporação imediata de certos agentes de interesses não imediatamente rentistas, como aliados privilegiados na indução das operações urbanas. A mobilização em questão alcança igualmente respaldo na condução das políticas urbanas ou correlatas, alcançando fontes dietas dos fundos públicos - ou no caso, do uso do solo - para fins privados de acumulação.

Desta forma, seria possível afirmar alguma coincidência retórica entre a nova gestão urbana e a economia urbana criativa se, de alguma forma, fosse possível identificar as características de espacialização de empreendimentos criativos em áreas vistas como essenciais à “máquina de crescimento”. Caso mimetizem as lógicas de espacialização especulativa do capital, podem servir como superposição ideológica, construindo as dimensões simbólicas e o conjunto estético derivado da nova lógica urbana, ou ainda como meio de organização de setores culturais vulneráveis ao processo urbano especulativo, quando estes se mostrem capazes de traduzir suas demandas no interior das gramáticas exigidas na modalidade “economia criativa”.

Desta feita, é possível que se conceba a relação entre criatividade e espaço empreendedor tendo como acento a maximização da lucratividade de certos setores sociais específicos. Em sendo, a dimensão criativa orientada pelo processo urbano poderia assim converter-se em uma ideia-referência aos sujeitos prioritários da intervenção espacial.

Este vínculo se viabiliza na Operação Urbana Consorciada da Área de Especial Interesse Urbanístico da Região Portuária do Rio de Janeiro. Criada por Lei Municipal - nº 101/2009 -, cuja finalidade é a promoção da reestruturação local, “por meio da ampliação, articulação e requalificação dos espaços públicos da região, visando à melhoria da qualidade de vida de seus atuais e futuros moradores e à sustentabilidade ambiental e socioeconômica da área” (RIO DE JANEIRO, 2009).

Uma das estratégias produzidas tem relação direta com o universo cultural. A construção de equipamentos culturais de grande porte (Museu

de Arte do Rio e Museu do Amanhã), além de séries de financiamentos como o Prêmio Porto Maravilha, expõem o investimento do estado no território e seu vínculo com a produção da cultura. Além destas, é possível perceber várias iniciativas da sociedade civil que incorporam a temática da criatividade como um dos polos de sua significação territorial.

A pesquisa dedicou-se a buscas exploratórias que permitisse um primeiro mapeamento de dados e informações iniciais em respeito ao território da zona portuária, sua história, as recentes transformações facilmente identificadas dessa região, um apanhado de leis que se mostram relevantes, os eventos culturais relacionados recentemente divulgados pela mídia e os agentes culturais e criativos primeiramente identificados. À conclusão desta primeira fase, percebeu-se uma rede complexa de informações e agentes atuando simultaneamente, identificando discursos e sub-textos diversos, muitas vezes desconexos e em contradição. A partir dessas constatações relevou-se a necessidade em rever metodologicamente a pesquisa, repensando seu recorte conceitual, reestruturando o plano de ações e estabelecendo novas prioridades e metas a serem colocadas em prática nas próximas fases da pesquisa.

Preferiu-se então perceber as relações políticas que constroem o território, a fim de conceber uma taxonomia básica de agrupamento destes atores, para posteriormente mapear os significados que dão para as relações entre a economia criativa, o empreendedorismo urbano e o direito à cidade. Para tal, lançou-se mão da categoria *atores sintagmáticos* (RAFFESTIN, 1993), que procura perceber os agentes sociais ativos que, em interação, constroem a significação social de um determinado território.

Posteriormente, através da fase exploratória já descrita, procurou-se situar quatro grupos de atores a entrevistar: 1) Fóruns e Associações Comunitárias; 2) Coletivos Artísticos, Empreendedores e trabalhadores criativos; 3) Equipamentos culturais, Empresas públicas e mistas; 4), atores institucionais. Foram produzidas entrevistas com diversos agentes situados nos grupos 2, entre os meses de julho e dezembro

de 2014. A escolha se deu pelos vínculos mais enfáticos daqueles que personalizam de maneira mais evidente o trabalho criativo, sendo os agentes preferenciais de políticas culturais com ênfase na criatividade.

A estrutura fundamental do questionário aberto procurou interpelar os entrevistados sobre seus lugares de origem e seus vínculos com a região; suas percepções acerca da fisicalidade da Zona Portuária (em especial, sobre a noção comum de degradação espacial); os aspectos relativos à monofuncionalidade ou plurifuncionalidade espacial; quais tipos de fluxos ou redes de conexão laboral e como se espacializam no território; reflexões sobre a categoria economia criativa; percepção e opinião sobre a flexibilização das legislações urbanas; sua percepção sobre as intervenções espaciais e sobre as outras urbanidades presentes na Zona Portuária.

Os entrevistados, homens e mulheres, entre os vinte oito e quarenta anos, tem curso superior completo em sua área de atuação. As canastras de atividades estão majoritariamente ligadas às áreas de comunicação (especialmente ao marketing e às assessorias de imprensa), moda, linguagens audiovisuais (especialmente à animação), e design. Como sabido, muitas destas atividades não “frequentavam” até então as preferências dos gestores em políticas culturais, sendo ainda novidadeira sua inclusão no âmbito de políticas públicas que consolidam estratégias de auxílio ao trabalho cultural, estando ligadas aos cânones do desenvolvimento econômico no atual estágio das relações capitalistas de produção.

Decidiu-se aqui manter o anonimato de todos os entrevistados, já que alguns deles viam-se ainda em fase de implementação de suas atividades, sem as conexões de avizinhamento com suas comunidades de entorno. Os principais pontos colhidos nas entrevistas podem ser divididos em itens gerais:

1- Percebeu-se que os atores entrevistados eram em sua maioria originários ou residentes das zonas sul e norte da cidade, e não manifestavam de forma explícita o desejo de trocar seu sítio de origem

para residir na Zona Portuária. Foi igualmente marcante nas falas o pouco conhecimento ou baixa interlocução com a vizinhança que ora sedia seus empreendimentos, fazendo claro que sua presença no espaço dá-se quase que exclusivamente em função do tempo de trabalho. Foram poucas menções à história da Zona Portuária, sendo reconhecidas as atividades do Cais do Valongo. Alguns entrevistados também citaram terem sido procurados pelo Consórcio Porto Maravilha, a fim de promover interlocuções com o entorno de suas atividades. Em nenhum momento foi explícito em suas falas algum princípio discursivo que denotasse à Zona Portuária vocações ou potenciais emergenciais para formação de polos de produção ligados à linguagem das canastras econômicas criativas, estando certamente explícito em seu posicionamento espacial avaliações pragmáticas em relação às condições de sua reprodução laboral;

2- Os entrevistados se mostraram igualmente animados à ocupação territorial pela série de benefícios fiscais específicos, como diminuição de Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) e fundos para restauração do patrimônio cultural imóvel, bem como da renovação de infraestrutura, em especial do cabeamento de internet de alta velocidade. Além disso, foi uma ênfase no discurso dos entrevistados que a procura pelo sedimento de suas empresas na Zona Portuária deu-se em relação direta à diminuição dos custos de locação e serviços. Este dado opera duas correlações possíveis: i) a oferta imobiliária da região ainda responderia em relativa baixa aos custos imobiliários do centro da cidade, sendo de forma ainda mais radical em relação às zona sul e norte do Rio de Janeiro; e ii) a dimensão novidadeira destes empreendimentos criativos ainda não conquistou alta capacidade de auto-financeirização de serviços ou equilíbrio em seu fluxo de caixa, atração de possíveis investidores, ou ainda capacidade suficiente de comercialização de produtos e serviços. Demonstra, portanto, que a despeito de linguagens de produção da cultura com base nas técnicas

de inovação e da criação intelectual, parte dos recursos disponíveis podem sofrer um certo tipo de regra generalizada de *incerteza da produção*, forma típica do trabalho cultural e artístico tal como analisado por parte da economia da cultura (TOLILA, 2007). A gestão das atividades são muito variadas quanto à trajetória dos entrevistados no campo de trabalho. Os agentes mais jovens contam em grande parte com composição tipo *coworking*. Para além da expectativa de diluição dos custos fixos de produção, a forma de compartilhamento do espaço físico e de recursos de alguns destes empreendimentos representaria a possibilidade de ampliação da canastra de clientes conjugados, pela oferta simples dos serviços localizados no empreendimento;

3- Alguns agentes mostraram ter se antecipado ao processo de intervenção espacial em curso na região, o que possivelmente tenha contribuído na negociação dos custos de locação com os proprietários dos imóveis. É possível ainda que a antecipação anunciada pelos atores, e sua correlata presença no espaço, os tenha colocado em situação privilegiada no contato com o Poder Público, os órgãos dedicados à relação entre economia criativa e requalificação espacial, e o Consórcio Parta Maravilha, além de possibilitá-los melhor posicionamento espacial nas relações profissionais a se construir com empresas ou outros empreendimentos criativos a se instalar na região;

4- O entrevistados reconhecem a transformação um tanto radical do espaço em decorrência da intervenção do Estado, e reiteram o discurso de superação da degradação como justificativa para a necessidade de “revitalização” da área. Ademais, alguns entrevistados demonstraram receio com a publicização de suas atividades no local e certa insegurança em relação às notícias da violência física e de possíveis furtos. Reconhecem igualmente que a ocupação da região, no que toca ao consumo de atividades de entretenimento noturno, tem sido indicada aos agentes com proximidade da zona sul da cidade. A

mudança morfológica da região também foi citada, tendo, na opinião de vários, aproximado a paisagem urbana aos modos de vida associados à sua região originária;

5- Os agentes entrevistados reconhecem as contradições decorrentes da requalificação espacial, e mostram-se, em geral, contrários às políticas de remoções forçadas no território, percebendo seu caráter negador do direito à cidade. Os entrevistados igualmente reconhecem que os investimentos em economia criativa são elementos centrais no tipo de intervenção em curso, estando no bojo de suas contradições.

6- Embora todos os entrevistados tenham se declarado de imediato como “trabalhadores criativos”, foi patente a dificuldade em definir com clareza suas impressões sobre os limites da categoria *economia criativa*. Em se tratando da necessidade altamente problemática de pactuação de um conceito com capacidade de sintetizar fenômenos laborais com distinção razoável em seus percursos de produção, e que ora ocupa centralidade nos debates nas políticas culturais da cidade do Rio de Janeiro, seria viável que os que melhor deles se apropriam para afirmar-se em seu campo produtivo e são de fato alvo preferencial de suas políticas correlatas pudessem colaborar com a densidade heurística necessária para sua disseminação, incluindo-se aqui quaisquer suposições de contradição ou ineficiência aos ajustes materiais do processo de trabalho. Ainda que se possa argumentar que esta “tarefa” esteja imputada a outro universo de problematização laboral, estando circunscrito aos limites e disputas dos campos acadêmico e político, é razoável afirmar que a dificuldade no esclarecimento da categoria possa apresentar rebatimentos imediatos na pouca problematização de seus repertórios discursivos entre os empreendedores criativos que vêm espacializando suas atividades na Zona Portuária.

Como tal, esta baixa problematização pode vir a apresentar-se sob um registro de produção de crença inelutável, estando esta submetida

a uma fonte exterior de gramaticalização, no caso, aos agentes que ocupam as posições de realização dos discursos de políticas públicas e semipúblicas destinadas às indústrias criativas. Enquanto categoria inaugurada pelo setor público e parte dos agentes que representam o empresariado industrial e comercial, percebeu-se que esta ainda não conquistou repercussão concreta entre os destinatários da Zona Portuária, sendo incorporada de forma aparentemente intuitiva. Ao tomar parte deste espaço sem a conexão de disputa de sua elaboração discursiva, os agentes que ora definem-se como “trabalhadores criativos” da Zona Portuária possivelmente acionam dimensões do cálculo racional pragmático na razão das agendas possíveis de relacionar-se aos interesses dos que ocupam igualmente posição privilegiada na tomada de decisões das intervenções urbanas em curso na região. Como é absolutamente perceptível a aspiração da administração municipal do Rio de Janeiro e do Consórcio Porto Maravilha na indução e disseminação de investimentos que tornem a Zona Portuária em um polo de indústrias criativas, um certo tipo de reconhecimento público de suas atividades de produção pode servir como chave de explicação da ausência formal de problematização e contestação da categoria por parte dos “trabalhadores criativos”. A janela de novas oportunidades de trabalho e do reconhecimento supracitado são, no caso específico da Zona Portuária e do Rio de Janeiro atual, acompanhadas das formas institucionais que pretendem contrair no espaço plurifuncionalidades de produção. Para trabalhadores que em geral manifestam suas atividades em formas de empresas *one-person-only*, este auxílio institucional pode mostrar-se essencial para diluir as dificuldades que são inerentes tanto ao ofício quanto à organização específica de seu arranjo expressivo. Mas estes arranjos institucionais são também as fontes que vêm reiterando ao território outra rotina de ocupação para a maximização da acumulação urbana. Assim, é necessário amplo cuidado no tratamento atomizado das circunstâncias de indução de investimentos em economia

criativa na região, para que não se reproduzam certos sofismas que, circunscritos à arena de sua atuação, nublem as condições gerais de ação sobre o espaço e suas constelações sócio-espaciais. Em sendo, a não problematização do conceito tal como descrito, tampouco de suas fontes de indução, podem ocasionar limitações na percepção geral dos papéis dos “trabalhadores criativos” na forma geral de requalificação espacial, limitando sua perspectiva ao exercício laboral com vínculos parciais ao território.

## Referências

ACSELRAD, Henri. Desregulamentação, contradições espaciais e sustentabilidade urbana. Curitiba, **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, n. 107, jul./dez. Ipardes, 2004, p. 34.

ARANTES, Otilia. Uma estratégia fatal. A cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BENCHIMOL, Jaime Larry. **Pereira Passos: um Hausmann Tropical**. A renovação urbana na cidade do Rio de Janeiro no início do Século XX. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, 1992.

BONATES, Mariana Fialho. El Guggenheim Y mucho más - urbanismo monumental e arquitetura de grife em Bilbao. São Paulo, **Revista do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP**, v. 16, p. 62-91, 2009.

CAMARGO, Paula de Oliveira. **As cidades, a cidade: Política, Arquitetura e Cultura na Cidade do Rio de Janeiro**. Dissertação

(Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais FGV/CPDOC, Rio de Janeiro, 2011.

CARLOS, Antônio Santos Lima Carlos. *Áreas de Proteção do Ambiente Cultural (APAC): da idealização à banalização do patrimônio cultural - RJ*. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Urbanismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.

CLARK, T. N.; LLOYD, R.; WONG, K. K.; JAIN, Pushpam. Amenities Drive Urban Growth. **Journal of Urban Affairs**, vol. 24, no. 5, p.493-515, 2002.

COMPANS, Rose. **Empreendedorismo Urbano: entre o discurso e a prática**. São Paulo: UNESP, 2004.

DOMINGUES, João. A diversidade atrofiada: políticas de regulação urbana e movimentos culturais insurgentes na cidade do Rio de Janeiro. Tese de Doutorado apresentada ao Instituto de Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

GIANNELLA, Leticia. A produção histórica do espaço portuário da cidade do Rio de Janeiro e o projeto Porto Maravilha. In: **Espaço e Economia** [Online], 3 , 2013.

\_\_\_\_\_. A zona portuária do Rio de Janeiro e o Projeto Porto Maravilha: um choque entre o que existe e o que se impõe como novo. In: XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais, 2011, Salvador. **Anais do XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais**. Salvador: UFBA, 2011.

HALBERT, Ludovic. *La ville creative pour qui?* Urbanisme no. 373, pp. 43-45, 2009.

HARVEY, David. *A produção capitalista do Espaço*. São Paulo: Annablume, 2006.

KRATKE, Stefan. The new urban growth ideology of “creative cities”. In: Brenner, Neil; Marcuse, Peter; e Mayer, Margit. **Cities for people, not for profit: an introduction**. Londres, Nova Iorque: Routledge, 2012.

LANDRY, Charles e BIANCHINI, Franco. **The creative city**. Londres: Demos, 1995.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho Imaterial**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LOGAN, John; MOLOTCH, Harvey. **Urban Fortunes: the political economy of place**. University of California Press, 1987.

MACEDO, M. A. M. (2004). **Projeto Corredor Cultural: um projeto de preservação para a área central do Rio de Janeiro (1979-1993)**. Dissertação (Mestrado) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2004.

MELLO, Fernando Fernandes. **A zona portuária do Rio de Janeiro: antecedentes e perspectivas**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

MOREIRA, 2004, PECRJ. **Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro: Pós-2016, O Rio mais integrado e competitivo**, 2010.

PINHEIRO, Augusto Ivan de Freitas. Aprendendo com o patrimônio. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi (org.). **Cidade - história e desafios**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RIO DE JANEIRO (Município). **Lei Complementar nº 3.172, de 23 de novembro de 2009**. Modifica o Plano Diretor, autoriza o Poder Executivo a instituir a Operação Urbana Consorciada da Região do

Porto do Rio e dá outras providências. Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, Poder Executivo, 2009.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2010.

SMITH, Neil. A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à 'regeneração' urbana como estratégia urbana global. In BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine. **De volta à cidade**: dos processos de gentrificação às políticas de 'revitalização' dos centros urbanos. São Paulo: Annablume, 2006.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia**. Problemas, Hipóteses, Pistas. São Paulo: Iluminuras, 2007.

VAINER, Carlos. Os liberais também fazem planejamento urbano? In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 105-119.



# Capítulo 3

Sustentabilidade das manifestações tradicionais e o ethos devocional: aproximações com as Folias de Reis na Baixada Fluminense

*Leonardo C. Guelman*

## 1. Introdução

A partir da proposição do projeto Manifestações culturais tradicionais, matrizes simbólicas e modelos de sustentabilidade, no âmbito do OBEC RJ, esse documento procura recolher informações sobre as Folias de Reis na Baixada Fluminense, com foco nos grupos ***Flor do Oriente*** e ***Estrela Dalva do Oriente*** (ambos de Duque de Caxias) como forma de examinar suas condições efetivas de permanência, atualização e apropriação no contexto social e econômico de seus lugares e territórios.

As transformações espaço-temporais implicadas às novas territorialidades estabelecem novos panoramas e estratégias de “permanência” de práticas tradicionais. Notadamente, o que se verifica é a efetivação de novas formas de pactuação simbólica no interior destas práticas em conformação com a cultura local/regional que se mundializa. Nesse contexto, o próprio fundamento destas práticas, que envolvem também encenações do *sagrado*, sofre adaptações assim como a própria dinâmica/jogo das suas representações.

Considerando ainda que as práticas tradicionais não podem ser vistas mais à luz de antigas categorias como a contradição *mundo rural x mundo urbano*, cumpre esboçar e delimitar os novos sentidos que sustentam suas expressões para além do cunho da *folclorização*. A abordagem destas manifestações, vistas em convergência com o patrimônio imaterial, nos oferece novas possibilidades e perspectivas de entendimento, mas também novos desafios ligados aos vários efeitos da patrimonialização e da espetacularização em torno delas.

A presente pesquisa parte desse quadro para pensar, a partir da ótica dos *fazedores tradicionais*, bem como dos agenciamentos empreendidos por estes, novas metodologias e processos de reafirmação de seus repertórios simbólicos que resguardem expressões de autonomia dos grupos tradicionais, mesmo incorporando aspectos heteronômicos no âmbito das relações econômicas e sociais que os envolvem. Trata-se da possibilidade de pensar o devir destas práticas como vetores de subjetivação que escapam aos imperativos da plena mercantilização da cultura.

## 2. Um primeira aproximação



“Tem algumas coisas na Folia que não têm resposta. São coisas de mais de duzentos anos. Mas desde cem anos que tem esse nome. Esse é um motivo da gente se orgulhar. A gente sabe que a maioria das folias mais antigas trocaram de nome. Por exemplo, a Manjedoura da Mangueira e também a Estrela Guia de Xerém. A Flor do Oriente continua. Desde quando a gente se entende por gente nos conhecemos por este nome, com essa mesma bandeira, esse mesmo oratório, essas mesmas cores. Mais de duzentos anos que a gente tenta conservar essa tradição que vem passada de pai pra filho. Começou lá com meu tataravô, meu bisavô, meu avô, meu tio e meu pai, até chegar em mim, Estamos aí, eu e meus meninos. O reisado Flor do Oriente é natural de Miracema, Fazenda Recreio (1862) com Marcos Vicente de Moraes (tataravô), depois passou para o seu Manoel (bisavô), depois passou pro meu avô Miguel, depois chegou para meu pai e meu tio, Sebastião Vicente e Valdir Vicente, e agora a parada tá comigo”.

Mestre Rogério (Flor do Oriente)



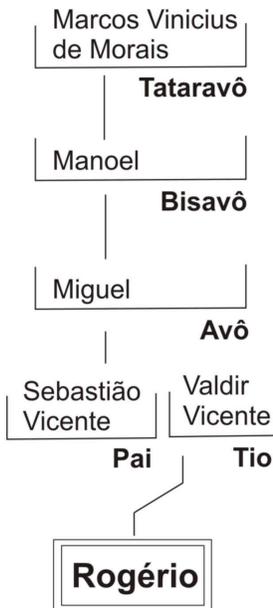
“Eu estava no trabalho e recebi a notícia da convulsão de meu filho. Enquanto eu voltava, no ônibus, eu fiz a promessa aos santos reis. Eu assumi a folia em cumprimento a esse pedido. (...) Nossa Jornada vai fazer dois anos agora em 25 de dezembro. Aqui era nosso antigo altar. No mês de fevereiro tacaram fogo em tudo que a gente tinha aqui, bateria, os quepes. A gente tinha tudo, viola, violão, cavaquinho, sanfona, e hoje a gente não tem praticamente quase nada. A gente está se reformulando, pela força de Deus e dos três reis do oriente e mais São Sebastião e Jesus que cada vez mais vai abençoando a gente”.

Mestre Junior (Estrela Dalva do Oriente)

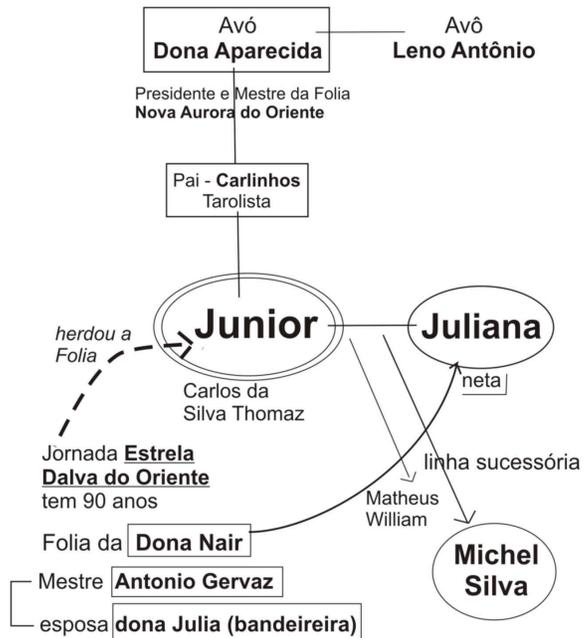
As duas folias com as quais nos acercamos caracterizam modelos bem distintos de composição e organização. Uma descrição genealógica produzida com base nos relatos de seus próprios mestres (cf. figura abaixo) expõe conformações bem diferentes. Em certa medida, nossa

escolha articula uma oposição de modelos, pois, enquanto uma primeira folia configura uma estrutura supostamente homogênea e linear, isenta de discontinuidades, ao longo de mais de cem anos em sucessão patrilinear (Flor do Oriente), uma segunda se dá a ver a partir de sua própria recomposição, com a assunção de um novo integrante à condição de mestre e dono da folia (Estrela Dalva do Oriente).

### Flor do Oriente (1872)



### Estrela Dalva do Oriente



Enquanto mestre Rogério faz menção a uma história de gerações como forma de distinção calcada na atestação da sua originalidade, ou seja, evocando uma *essencialidade* reforçada pela consanguinidade,

mestre Junior nos indica as condições que fazem dele, singularmente, o iniciador de uma nova linha de sucessão. Em parte, ele herda com sua esposa, neta da antiga dona da Folia, Dona Nair, uma condição de continuidade que se reforçará pela conquista da plena confiança do mestre antecessor, seu Gervaz. Mas Junior, também traz em sua história a herança de outras folias, como a Nova Aurora do Oriente conduzida por sua avó e mestra, dona Aparecida. O episódio da promessa feita aos três reis quando da doença de seu filho (Michel) selou o vínculo devocional que o levou a assumir a responsabilidade de tornar-se mestre de folia.

Nesse sentido, mesmo as folias recentes, ou aquelas que ganham nova conformação, se encontram sempre devedoras de outras, pelas histórias que lhes chegam. Apesar desses quadros distintos que examinamos, as duas folias revestem-se de dimensões auréticas como um legado que ultrapassa a existência concreta de seus mestres e integrantes. Ao mestre cabe o desafio de conduzir esse legado, reorganizando continuamente a história da sua folia e estabelecendo as melhores condições para sua continuidade.

As folias de reis, mais do que manifestações culturais ou mesmo religiosas, conformam um *ethos* que envolve a vida social de seus integrantes. A amplitude desse *ethos* no contexto do mundo contemporâneo, tão fortemente transpassado pelas prerrogativas de subjetivação do capital, mereceria estudos específicos, pois um verdadeiro campo de resistência quanto a dissolução dessas manifestações se encontra aí, exatamente, no território de produção e recomposição das identidades. Talvez seja esse o principal espaço laboratorial na condução das folias.

Um olhar mais atento às formas intrínsecas de produção dessas manifestações nos leva a reconhecer que estas não se mantêm como atividades exclusivas. Seus integrantes, em maior ou menor grau, inevitavelmente estão aptos a circular e a se envolver com outros contextos culturais. Todos, naturalmente, como as próprias gerações

que lhes antecederam, estão envolvidos a ofícios e trabalhos que garantem sua sobrevivência. Por isso, não faria sentido supor que essas manifestações pudessem ser assumidas como um empreendimento cultural que correspondesse à própria forma de sustento de seus integrantes. Retomaremos esse ponto, pois seguir essa possível trilha poderia representar a incompreensão do próprio *ethos* ao qual se vinculam essas manifestações.

O ponto fundamental será então reconhecer as condições que delineiam essas linhas de tradição, que não as mantêm fixadas num modelo sedentário residual, nem tampouco as retiram de seu próprio campo de produção para readequá-las a outro. A esse respeito vale ressaltar que as folias de reis poderiam ser aproximadas do campo da “tradição de linguagem” apresentado por Gadamer como uma produção sempre viva e manifesta na própria linguagem. Tratar-se-á, pois, de sempre recobrar essa perspectiva.

Ao ritmo diário do trabalho profano se acrescenta o regime sagrado da consagração religiosa produzido e elaborado como uma forma de dádiva compartilhada por seus integrantes. A indistinção desses dois modos de produção social e cultural pode levar a própria incompreensão dos sentidos de permanência das Folias. Nesse sentido, é preciso subverter o fetiche das estatísticas que nos leva a querer integrar as diferentes formas de produção simbólica à esteira (e histeria) da lógica desenvolvimentista econômica.

As folias, assim como outras manifestações de cunho devocional, demandam outros modos de aproximação, outra finura de persuasão, para que se induzam novos vetores de fortalecimento de suas práticas culturais. Em nosso entendimento, apenas uma aproximação voltada para uma descrição densa dos seus processos pode nos indicar os índices de uma política fina. Nossa pesquisa se insere na perspectiva desse procedimento, sem contudo pretender abarcar aqui essas respostas.

O que delineamos aqui é um primeiro estágio aproximativo. Provavelmente, um trabalho posterior de análise nos permitirá

desdobrar algumas hipóteses aqui esboçadas, recolocando-nos no campo imanente das produções culturais, estas, reconhecidas sempre a partir de suas forças intrínsecas materiais e simbólicas.

Consideremos, por hora, dois modos de aproximação que aqui encaminhamos: o fascínio do trabalho de campo impregnado de componentes fenomenológicos, como o que recentemente realizamos no bairro K11 em seu Encontro de Folias da Baixada, e uma posterior reflexão que desdobra nosso exame quanto a uma perspectiva sustentável no âmbito dessas tradições.

### 3. Encontro de Folias em Nova Iguaçu

A praça do K11 era o Portal daquele encontro das folias da Baixada. À frente do largo, ainda vazio por volta das 21h, seu Edson, microfone à mão, sorridente, todo ancho, andava de um lado a outro como mestre de cerimônias do Encontro que ali faria desembocar uma pequena multidão. Não era dia dos Santos Reis. Era 10 de janeiro, em pleno ciclo de São Sebastião, e logo chegariam de seis a dez grupos de folias.

Em um dos quadrantes do Largo ficava o altar consagrado a São Sebastião, brilhando com as luzes trazidas de alguma decoração tardia de natal nas vizinhanças. A foto do santo mártir aparecia fixada a cortinas de plástico vermelhas. O som no local arranhava um *sertanejo*, entremeado sempre pelo anúncio da festa por seu orador.

Ao lado ao altar, um Opala três faróis e uma camionete Ford de Belford Roxo, com um freezer na carroceria, demarcavam o local dos organizadores e suas famílias. Da grande amendoeira desfiavam-se as linhas de bandeiras que riscavam o céu naquela ponta do largo. Seu Edson esperava as folias dos mestres Teteco, Joãosinho, Rogério, Nilton Santos, Mauro de Lages e Sabará. Talvez viessem outros.

K11 é caonze, ou melhor, *cauanza*, que parece fazer menção a uma palavra africana que designaria quilombo. Mas o numeral ganhou sentido próprio.

- Ano que vem – dizia Edson – são onze anos da festa no K11. Vou colocar vinte minutos de fogos no alto daquele morro – apontava.

No outro extremo do largo, a sinuca ao ar livre, o *music box* caraoquê no bar das gêmeas, uma mesa de carteadado, as barracas de comida e o churrasquinho de *kafka* de seu Hélio. A festa de família começava a tomar o largo. Era criança de patinente, moça com criança de colo, bombinha estourando e seu Edson continuando a cumprimentar os que chegavam. E anunciava:

- Folia de reis é cultura que veio de Portugal. É Baixada Fluminense, é a história marcante desse 10 de janeiro.

O *sertanejo* logo derivou no *pagode* nostálgico e choroso, e o *déjà vu* se derramava sobre o largo animado pelo burburinho. As festas comunitárias são amparadas por pequenos políticos locais aos quais se vinculam seus organizadores. Uma faixa agradecendo a um desses era agora estendida no muro lateral ao altar. Esse é um primeiro mapa da sustentabilidade da festa. Seu Edson, à boca pequena, contou ter gasto mil e oitocentos reais, mas reclama por mais recursos. Cada folia recebe algo em torno de cento e cinquenta reais, e um ônibus “especial”, sem ar condicionado e banco reclinável, provavelmente um “Escolar”, cumprindo serão na madrugada, não custa menos de quinhentos reais.

São 11:30h. De meia noite em diante os sons convergiam de todas as direções do largo do K11. Do outro lado do largo a batida repetida do funk se embaralhava aos outros sons numa profusão de fragmentos sonoros. Seu Edson não mais se amparava no microfone, pois talvez não mais se fizesse ouvir. Receava, talvez, que algumas pessoas pensassem em ir embora, sem terem visto a festa, o Encontro das Folias.

- Eles vão chegar. As pessoas das folias daqui estão jantando. Daqui a pouco duas vão descer. Vamos ter pelo menos seis folias. Quando elas chegarem o som vai ser desligado.

São 01:15h,

Já se formava um corredor de gente na rua em frente ao largo. Virão as folias? Ou a festa ganharia outros usos? O povo estava lá e parecia não se impacientar. A folia seria apenas um primeiro motivo para que todos se juntassem ali, fazendo outras coisas ou se deixando embalar por outra batida?

No meio dessas indagações apontou a batida da “Sempre Viva do Oriente de Mesquita que logo começou a juntar gente feito cordão de carnaval. Contornaram o Largo e apontaram para o Altar. A bandeireira Cyntia ladeada pela bateria e pelo mestre, parecia paralisada diante de São Sebastião. Seu Edson passou a cumprir um ritual que repetiria com as outras folias. Tomava respeitosamente a Bandeira e a fazia assentar na mesa junto ao muro daquele altar a céu aberto. Não me perguntei pelo mestre, mas por Cyntia, que agora posava para uma sequência de fotos.



Saiu a “Sempre Viva” e todos cruzavam para ver a folia que ia entrar. Despontou a “Manjedoura Sagrada de Queimados”. Como num

espetáculo programado, o grupo esperava por algum sinal. Marcela, a bandeireira, olhos molhados, apoiava-se sobre seu “estandarte” devocional. Deu-se algum sinal e as folias se cruzaram com todo seu gestual de reverência mútua.

Pronto!.., o jogo e a teatralidade tomavam conta do espaço! O tempo se distendia naquela combinação de sagrado e profano em que espectadores e foliões se entremeavam. Os foliões em linha, como marujos, ladeados pelos palhaços, pareciam acelerar o passo, prontos a dissipar qualquer desavisado que ficasse no meio do caminho. A *Jornada* logo estacou diante do Altar. Lá estavam seu Lamonier, dono da Folia, e seu Reinaldo, voz vibrante de mestre, que começou a entoar a história de Sebastião:

“E era São Sebastião aquele valente guerreiro  
seu nascimento deu-se em pleno século terceiro.  
Era da cidade de Gales e chegando lá, em Milão,  
um triste fato aconteceu  
E por indisposição divina o pai de Sebastião morreu  
Ficou cuidando do filho a mãe de São Sebastião  
que educou seu filho na santa religião...”

Cantaram toda a sequencia dos versos. Atrás deles, de quepe, vinha Rosângela, filha de reiseiro falecido do K11. Ao fundo, em panorama, toda a folia.

Do outro extremo do largo apontou a Flor do Oriente de Caxias. Logo apareceria mestre Rogério e o cordão de foliões. Deu-se novamente a saudação das folias e a *topagem das bandeiras* com os grupos no meio da rua. A flor do Oriente vinha brilhando naquela noite de calor em que o sol, oculto, parecia presente no suor daqueles fardamentos.

Vinha seu Rogério e na bandeira, sua esposa Leonor. Vinha também, em destaque de alegria, outro parceiro de cantoria das folias, *Careca*, que vi acompanhar mestre Junior da Estrela Dalva do Oriente

numa tarde de *toadas* e *calangos* no morro do Garibaldi. A pequena roda de encontros mais uma vez se formava fazendo circular e entrecruzar foliões entre os diversos grupos que ali se apresentaram. Nesses cortejos antevi muitos outros integrantes de várias folias, ajuntando-se livremente a elas. Talvez fosse uma licença permitida naquelas trocas do sagrado. Mas a *Flor do Oriente* reluzia e mostrava orgulhosamente porque se cultua como a mais antiga das folias da Baixada. Vi muita beleza naquele cortejo de graça. Depois do Dia de Reis, as folias parecem tirar um peso dos ombros – assim contou mestre Rogério – e São Sebastião, mesmo mártir, parece antecipar outro espírito de consagração. Talvez por isso a carnavalização se acentuasse naquela praça que já não distinguia calçada e rua.



Palhaço da *Sempre Viva do Oriente*; Mestre Rogério e Careca na *Flor do Oriente* e a chegada da *Boas Novas de Belém*.

Não era Carnaval, claro, muito embora a força da corporeidade entrelaçasse foliões e as mais diferentes pessoas num espaço de múltiplos tempos, olhares e sentidos.

Toda lembrança recoloca um tempo e antes que possamos contê-lo somos tomados por outras referências. Veio a *Boas Novas de Belém*, de Austin, em Nova Iguaçu, cuja bandeira parecia adereço de Comissão de Frente. Um senhorsinho vinha alteando o estandarte em luz neon como reclame de cidade. Era uma verdadeira alegoria que não deixava de assumir um halo de consagração. A Boas Novas de Belém trazia o maior número de palhaços naquela noite, que logo tomaram a “festa”. Os palhaços encarnam figuras bizarras e descabeladas, meio bichos, lobisomens, que nada aludem propriamente a palhaços tradicionais, senão na roupa do corpo. No lugar de assustadores, mostravam-se muito afeitos a aproximação com o público que já os esperava com os mais diversos dispositivos fotográficos à mão. A teatralidade do encontro transmutava-se em espetacularização do cotidiano.



O público assistindo a roda dos palhaços

Retornamos à corporeidade e aquele trecho do largo junto ao altar logo se convertia em picadeiro. Os palhaços se alternavam em piruetas e saltos mortais deslocando o contorno do público. Terminaram com versos rimados (*chulas*) em pleno desafio lançado às pessoas.

Eram 05:00h e veio então a última folia, a *Estrela do Oriente* de Nova Iguaçu, que adentrou o Largo quase sem público a recebê-la. Os próprios foliões pareciam exaustos, naufragos, talvez, de outra agenda ou festejo. Cumpriram-se novamente todos os ritos e deslocamentos. Não foi possível acompanhar seus últimos movimentos; era hora de deixar aquele largo que se esvaziara quase por completo. Um longo percurso de volta ainda havia de se cumprir.

#### **4. Da concretude da experiência às Políticas**

A experiência do K11 pareceu-nos valiosa por não se constituir num espaço de preservação tradicional. Ao mesmo tempo, não deixava de indicar uma forma de resistência calcada em sua própria inserção na dinâmica das representações culturais urbanas. Era uma noite dedicada à Folia, mas sua ritualização não se deu como espaço fechado folclorizado, mas inteiramente permeado e submetido a outras forças culturais. É nesse espaço que a tradição pode perdurar como expressão viva de uma manifestação que assimila o campo contextual que a desloca. A tradição assume, assim, novas formas de apropriação e sentido que se integram ao círculo de experiências da vida social.

As folias de reis são também espaços de articulação inter-religiosa. O catolicismo popular convive com o espiritismo (popular) e o candomblé. Isso significa que esses diferentes regimes simbólicos ocorrem, cada qual, em seu espaço-tempo e contexto, mas não se excluem mutuamente. Esse também é um traço das comunidades negras que formaram a base das folias nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais. Desse modo, não há propriamente movimento de

exclusão na religiosidade das comunidades urbanas periféricas da folias de reis. Mesmo os círculos evangélicos são bem vindos. Se há disposições refratárias essas não partem dos círculos das folias, mas das forças religiosas que lutam contra sua disposição agregadora.

Por mais que os mestres e praticantes das folias se denominem “evangelizadores” (em alguns casos, evangelistas) seu cotidiano está totalmente imbricado a outras ritualizações marcadas, sobretudo, por matrizes da africanidade. Essa componente não é um traço dos dias de hoje, mas remonta à própria possibilidade de disseminação e assimilação popular das folias como espaço de velamento de outras representações culturais religiosas. Ao lado da vestimenta e dos códigos que instituem e legitimam as folias, todo um *ethos* se constituiu como espaço de conciliação e coexistência cultural.

Musicalmente, as folias também dialogam com amplo espectro de referências populares em contínua reinvenção. Os mestres são formados pela própria necessidade de apreender a conciliar realidades diversas. São inventores de suas próprias possibilidades contextuais, como no caso notável de mestre Junior. Por isso, em grande parte, ser mestre é deixar-se conduzir-se por uma disposição conciliadora que conjuga formas modelares e padrões mais rígidos das folias com novos sentidos urbanos.

O mestre, nesse amplo contexto, além de não poder prescindir de habilidades musicais, do conhecimento das *profecias* da Bíblia, de certa arte de oratória, se mostra também por sua capacidade de articulação comunitária como base de sustentação das práticas e encontros de seu grupo. O *ethos* das folias requer outros limites e conformações, inclusive como estratégia continuada de permanência.

Uma primeira condição de sobrevivência opera, então, a partir da expressão desse *ethos*. Somente depois de suprida essa dimensão é que faz sentido indagar ou se prescrutar as condições operacionais e financeiras que possibilitam o funcionamento das folias. Nesse âmbito, os mestres da Flor do Oriente e da Estrela Dalva do Oriente, assim como

outros com os quais tivemos contato, indicam a inexistência de ações e programas concretos em âmbito estadual e municipal que viessem estimular a dinâmica e o desenvolvimento de suas manifestações. Mesmo assim, não consideramos que a ausência de políticas para as folias de reis constitua uma efetiva ameaça para a continuidade dos grupos, pois, o regime diferenciado de sua economia, inscrito naquele *ethos*, imprime uma condição imanente de sustentabilidade que é inseparável da vida e dos jogos sociais desses grupos. Pior seria, certamente, a busca de um modelo de sustentabilidade que dissolvesse à força intrínseca dessas manifestações como uma espécie de vetor econômico externo a decompor suas bases culturais e sua territorialidade.



O *ethos* da folia. Mestre Junior em encontro com os amigos em tarde de toadas e calangos.

Não se trata, contudo, de renunciar a políticas e programas (federais, estaduais e municipais), mas de buscar a correspondência destes com as bases sociais e subjetivas que sustentam seus agenciamentos internos e externos. Esse exercício e laboratório pode ganhar novo

incremento se o Ministério da Cultura voltar a operar em atenção aos processos sociais granulares e singulares que dão vitalidade aos arranjos culturais. A própria ênfase aos vetores da criatividade, que alçou o paradigma da economia criativa a um primeiro patamar das políticas, deverá, necessariamente, ser reorientado.

Em suma, as políticas necessitam de aproximações e mapeamentos prévios. Não é possível que se estimule a criatividade no âmbito das produções culturais sem acercar-se de suas dinâmicas de simbolização. Quanto ao fortalecimento das manifestações tradicionais é preciso que se conciliem programas que perpassem as esferas federais, estaduais e municipais na conformação de co-responsabilidades. Em nosso entendimento, ao MINC cabe a definição de programas concretos que demandem dos Estados concertações regionais e dos municípios uma efetiva aproximação para o estímulo às mediações locais.

Programas formadores demandam também outros níveis de interlocução entre pastas da Cultura e da Educação, realinhando espaços de convergência entre escolas, comunidades e seus sujeitos culturais. As universidades devem também assumir essa perspectiva, abrindo seus espaços de formação e atuação à ampla permeabilidade das demandas sociais e culturais. O quanto se poderá avançar em ações molares (de âmbito macro) e moleculares no campo social da cultura é tarefa para ser reencaminhada e reexperenciada por agentes, mediadores e instâncias públicas comprometidas com transformações que tomem a territorialidade e seus grupos como dimensões basais estruturais.

## Referências

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk. 2007.

BITTER, Daniel. **A bandeira e a máscara**: estudo sobre a circulação de objetos rituais nas folias de reis. Rio de Janeiro : UFRJ, IFCS, 2008.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1998.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GADAMER, Hans Georg. **Verdade e Método**. Vol 1. Petrópolis: Vozes, 2012.

GEERTZ, Clifford. **O saber local**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1997.

\_\_\_\_\_. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica** – Cartografias do desejo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: Identidades e Mediações. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HOBBSAWM, Eric. RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2008.

MARANDOLA, Eduardo, HOLZER, Werter, OLIVEIRA, Livia de. **Qual o espaço do lugar?** Geografia epistemologia, fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2012.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify. 2003.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PELBART, Peter Pál. **Vida Capital** – Ensaio de Biopolítica. São Paulo: Iluminuras, 2003.

PEREIRA, Luzimar Paulo. **Os giros do sagrado**: um estudo etnográfico sobre as folias em Urucuia, MG. Rio de Janeiro: 7Letras, 2011

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2006.

TAUSSIG, Michael T. **O diabo e o fetichismo da mercadoria na América do Sul**. São Paulo: UNESP, 2010.



# Capítulo 4

Cultura, território e economia – estudos do Caminho Niemeyer em Niterói/RJ

*Luiz Augusto F. Rodrigues*

## **1. Demarcando o campo:**

Busco, neste texto, focar a produção do espaço urbano de Niterói/RJ que vem se consolidando a partir dos anos de 1990, marcadamente assentado por projetos assinados pelo arquiteto Oscar Niemeyer. Minha intenção é compreender tal produção e a forma como ela se relaciona com as bases culturais do município, notadamente considerando a tríplice dimensão da cultura: simbólica, econômica e cidadã.

Temos vários desafios quando buscamos colocar a cultura em sua necessária centralidade, pois ela vai ter que disputar, e de forma bem desigual, com aquela que é a área que ocupa este lugar de centro há muito tempo: a economia. Isto não seria ruim se a economia perseguisse o ideal de equilibrar/fomentar/possibilitar o acesso mais amplo aos bens da humanidade. Tal não é, entretanto, a lógica norteadora dos processos econômicos em nosso mundo, mas sim fomentar o consumo desenfreado que possibilite a acumulação de mais riqueza (financeira).

Vivemos uma ética do consumo. Com isso se quer dizer que o sentido hegeliano de ética (norteado pela felicidade individual e coletiva só alcançável em consonância com a busca pelo bem comum) não norteia o mundo; cada vez mais os sujeitos almejam a felicidade como

algo que se traduz pela possibilidade de ter, de consumir avidamente e desenfreadamente, um consumo que não é mais de bens (apenas), mas de emoções. Este movimento prejudica primeiramente a cultura, pois fica presa nas teias de um consumo imediato que não lhe permite a fruição de seus mais potentes movimentos, a saber: o de aglutinar pessoas, de comover/transformar/inquietar pessoas, tirar-nos de um lugar de *conforto* ao nos colocar de e ao encontro com o Outro. Por isso a cultura é tão importante, pois cria condições para as trocas necessárias à construção das subjetividades, da cidadania, da ética em si.

Algo parecido pode ser referido em relação aos territórios: estes vêm sendo produzidos de forma também marcada pela efemeridade e fraca apropriação e uso.

É desta base e deste lugar de sujeito que me coloco aqui neste ensaio, oriundo de pesquisas propiciadas/fomentadas pelo Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro (OBEC-RJ) ao longo de 2014, numa parceria entre o Ministério da Cultura (MinC) e a Universidade Federal Fluminense (UFF). O OBEC-RJ aglutinou – sobretudo - professores do Departamento de Arte do Instituto de Arte e Comunicação social. Somos, esses pesquisadores, na quase totalidade, ligados ao bacharelado em Produção Cultural e à pós-graduação em Cultura e Territorialidades, o que ajuda a situar de que lugar acadêmico emana nossos *discursos*.

A pesquisa<sup>9</sup> que originou o presente texto dialoga com o terceiro eixo propositivo do OBEC-RJ, cf. Plano de Trabalho conveniado com o MinC:

### 3 - TERRITORIALIDADES, ARRANJOS EXPRESSIVOS E PRÁTICAS SOCIAIS:

Neste eixo, se impõem práticas de pesquisa e ações propositivas que têm como finalidade principal o reconhecimento da

---

9 Projeto *Turismo cultural: território e economia*, que contou com participação da bolsista Mariana Leite Silva, graduanda em Produção Cultural pela UFF.

diversidade cultural amparada na especificidade dos territórios e no reconhecimento de processos e práticas identitárias que os constituem. O entendimento da dinâmica econômica em escala territorial possibilita uma ação de reconhecimento mais granular dos atores sociais, das expressões e fazeres singulares, das narrativas e visualidades, dos acervos e heranças patrimoniais, das formas de apropriação e compartilhamento de recursos tecnológicos e das criações funcionais, bem como das possibilidades efetivas de apropriação e empreendimento de cada um desses aspectos pelos atores e grupos sociais.<sup>10</sup>

Um dos principais desafios das políticas culturais é como dinamizar a dimensão econômica da cultura sem colocar em risco ou em prejuízo suas dimensões simbólicas e cidadãs. Os estudos aqui relatados se pautaram por buscar observar a potencialização da dinâmica econômica conjugada com o fortalecimento das práticas culturais (enquanto algumas expressões de arte coletiva urbana) e das práticas de sociabilidade.

Acredito que práticas artístico-culturais que ocorrem nos espaços urbanos tendem a reverter, ou minimizar um quadro de indiferença que parece cada vez mais marcar as cidades. O *estranhamento* provocado por práticas que não sejam as do cotidiano, em especial práticas e intervenções de cunho artístico, pode auxiliar as pessoas a criar relações mais intensas com os territórios. Neste sentido, as pesquisas que venho desenvolvendo buscam identificar e analisar agendas e ações no escopo da cultura e da arte, em consonância com premissas que apontam a valorização e fomento da sociabilidade e do (re)conhecimento e uso dos espaços das cidades.

No atual e cada vez mais crescente quadro de empresariamento urbano, entendo que devemos analisar possibilidades de gestão cultural do espaço sob outras lógicas. Quando focando a dimensão

---

10 UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. Plano de Trabalho OBEC-RJ. Convênio UFF-MinC. Niterói: 2013.

empresarial, destaco a *efetividade* que os processos devem ter, acreditando que estes devem ser construídos segundo perspectivas compartilhadas. Meu foco na dimensão cultural se dá sob 3 “e”: a *estética* (dimensão simbólica); a ética (dimensão cidadã); e a *economia*. A dimensão *econômica*, acredito deva se dar a partir do envolvimento de diferentes capitais (econômico, ambiental, humano, social, cultural).

Num contexto regido por noções como a do planejamento estratégico das cidades, devemos nos perguntar: Planejamento *com quem* e *para quem*; planejamento de *o que* e *como*. Estratégico *para que atores sociais*?

O que se pretende aferir com mais precisão (e, talvez, permitir possibilidades mais inclusivas socialmente) é uma absorção acrítica de determinados bens/ícones em detrimento de valores mais impregnados na afetividade urbana. Desmascarar a *fantasia ideológica*<sup>11</sup> que estrutura o acontecer social pode ser um primeiro passo a não deixar as subjetividades sucumbirem em estruturas homogeneizadas. Aceitar a pluralidade e diferença cultural pode contribuir para desmascarar a construção/representação naturalizada de um caminho único. Creio, portanto, que o planejamento do turismo cultural e a produção dos espaços das cidades precisam focar uma dupla direção. Fortalecer os elos identitários locais e as práticas de apropriação do lugar. Esta seria a principal tarefa. E, também, buscar entender as novas lógicas e os novos padrões de produção de redes de convivência, dispersas espacialmente, mas capazes de promover a *lugarização* destes diferentes espaços.

Ao postular o turismo cultural e certas estratégias de uso do espaço público para manifestações culturais e de produção de arte coletiva estou apontando e querendo perceber/flagrar possibilidades de reversão da lógica contemporânea que mais cria indiferenças urbanas do que ações de apropriação e convivência. Há que se destacar o papel simbólico que os territórios assumem (ou devem assumir), e que contribuem para estruturar nossas afetividades e reforçar nossas relações com as

---

11 Sobre o tema, ver meu texto *Do pensamento às palavras*, em RODRIGUES, 2010.

idades como espaços de memórias, individuais e coletivas. Desde já um alerta: o que aqui se pretende ao falar de manutenção da memória nada tem a ver com certa tendência já “denunciada” por Andreas Huyssen (2000): “restauração historicizante de velhos centros urbanos, cidades-museus”. Não é a memória enquanto produto rentável da indústria cultural que deve ser buscada, e sim as relações mais interpessoais que o passado possibilitou, e devemos almejar a desconstrução do *não-sujeito*, fomentando relações identitárias e elos de maior sociabilidade.

A cidade é um canal privilegiado de comunicação e interação, e é através do espaço desta que potencialmente a consolidação e as trocas culturais melhor se estabelecem. A maneira como os territórios são percebidos é transpassada por discursos ideológicos que parecem naturalizar práticas hegemônicas e simplificadoras. Vive-se uma realidade que enfraquece o uso dos espaços enquanto experiência vivida, acarretando apropriações frágeis e efêmeras. Numa sociedade de consumo centrada em imagens e aparências, a vida urbana tende a ser uma experiência regida pelos mesmos propósitos, a cidade tratada como espetáculo. O turismo, mesmo o de base cultural, reforça o descrito (o que é um paradoxo, pois sua atratividade deveria se apoiar nas singularidades e não provocar homogeneizações, no caso: de hábitos e desejos).

Quando articulamos a gestão cultural com a gestão do espaço, devemos estar atentos a que a produção do lugar se efetiva a partir dos níveis de sentido que lhe atribuímos. Conforme aponta o geógrafo chinês Yi-Fu Tuan (1983, p. 158):

Como são estes lugares? São transitórios e pessoais. Podem ficar gravados no mais profundo da memória e, cada vez que são lembrados, produzem intensa satisfação, mas não são guardados como instantâneos no álbum de família nem percebidos como símbolos comuns. [...] As experiências íntimas, não sendo exaltadas, passam desapercibidas. Na hora, não dizemos “é este”, como fazemos ao admirar objetos de notória ou reconhecida beleza. É

somente quando refletimos que reconhecemos seu valor. Na hora, não estamos conscientes de nenhum drama; não sabemos que acabam de ser plantadas as sementes de um sentimento duradouro.

Em suma, busca-se refletir sobre as condições de nossa urbanidade e nossa sociabilidade. Refletir sobre as potencialidades e dificuldades para a qualificação e vitalização dos espaços e sobre a gestão cultural do espaço da cidade (entendida pelo valor de uso dos lugares, e não pelo valor de troca onde agora a própria cidade é tomada como produto a ser consumido de maneira efêmera).

A vida pública enseja a convivência com aquele que não conheço, mas que não excluo. A cidade, em seu sentido clássico, sempre representou a possibilidade da experiência coletiva, e com ela a potente função dos espaços públicos. Isto parece não mais existir plenamente. Os motivos? Pode-se arriscar alguns: a violência urbana desvitalizando praças e calçadas, mas também certa acomodação e excessivo individualismo a conformar as representações dos sujeitos.

Alguns autores (HABERMAS, 1990; NEGT, 2002) falam de um definhamento da esfera pública, reafirmada por uma crise sócio-cultural entre valores antigos que se dissolvem e novos valores ainda em construção e pouco nítidos. É desse vácuo que se aproveitam os atores mercadológicos atuais e é nesse vácuo que os atores governamentais se deixam afundar. Os últimos trinta anos vêm experimentando um desenvolvimento e valorização tecnológicos de tal ordem que, hoje, a experiência urbana parece apostar em contatos (sejam virtuais ou presenciais efêmeros) que reduzem (ou quase eliminam) a expressão humana e afetiva das representações tradicionais.

Como aponta Sevcenko (2002, p. 42-43),

se a revolução Industrial, aquela de 1780, na Inglaterra, transformou os meios de produção, a atual revolução microeletrônica, a de 1975, transformou os fins da produção, ou seja, os valores e a cultura. Ela

se traduz por um conjunto de expressões que pode ser resumido no âmbito do entretenimento, do consumo e do agenciamento físico, energético, sensorial e pulsional. Um contexto, portanto, onde o reflexo prevalece sobre a reflexão, o signo prevalece sobre o símbolo e a virtualidade prevalece sobre a representação. Há uma dissolução das referências locais e temporais que cria uma situação de auto-referencialidade, configurada num sistema fechado e auto-regulado com uma lógica autocentrada.

Vislumbro uma postura na qual os sujeitos possam olhar a cidade como um enigma a ser decifrado, (re)conhecer seus valores *invisíveis*, focar paisagens urbanas como paisagens poéticas, ou seja, resgatar as poesia do urbano independente do moderno ou do antigo, e sim pelo cotidiano que nele se dá. Flagrar a cidade invisível da memória (labiríntica, ligada ao acaso, aos surtos de recomposição do passado) que se encontra superposta à cidade da razão. Uma cidade cujas singularidades encontram-se tanto no domínio da ordem (espacial) quanto da *desordem* das lembranças, nos detalhes que escapam das transformações urbanas. Recuperar nos reflexos especulares aquilo que *ilumina* os lugares comuns, os espaços cotidianos.

Traçados alguns dos elementos que impactam as cidades, o que se pretende discutir são os novos valores que possam estar em curso na história da cidade. Pretende-se sobrepor aos marcos oficiais que mapeiam a cidade os seus marcos que a identificam afetivamente.

Faço eco às provocações de Walter Benjamin quando nos aponta que a crítica sobre a modernidade não está no desenvolvimento técnico em si, mas no uso capitalista que dele advém. Ao invés da máquina possibilitar tempo livre para que o homem se dedique, também, a outras atividades, ela o absorve cada vez mais. Para ele, “a ideia de um progresso da humanidade na história é inseparável da ideia de sua marcha no interior de um tempo vazio e homogêneo. A crítica da ideia do progresso tem como pressuposto a crítica da ideia dessa marcha” (BENJAMIN, 1987, p. 239).

Pela velocidade das transformações, o tempo na chamada sociedade pós-informacional marca o espaço por um cotidiano onde a apreensão do que nos cerca fica diluída. O tempo contemporâneo caracteriza-se pela pluralidade e heterogeneidade, apropriados pelo capital na busca de tudo transformar para um consumo imediato. Por paradoxo, essa mesma contemporaneidade rechaça a diferença e cria formas de vida muito homogeneizadas (embora travestidas de diversidade).

Habermas nos coloca que é preciso aprender com o erro, ao invés de negá-lo, e que a crítica da modernidade precisa avançar cada vez mais: “seja a modernidade descrita como contexto de vida reificado e explorado, seja como contexto de vida tornado tecnicamente disponível ou expandido de modo totalitário, submetido ao poder, homogeneizado, encarcerado, as denúncias são, constantemente, inspiradas por uma sensibilidade peculiar [...]” (HABERMAS, 1990, p. 310).

Os estudos empreendidos, sobretudo na primeira metade do século XX, envidaram esforços no sentido de compreender as estratégias de percepção humana tendo em vista obter resultados mais eficazes de persuasão segundo a teoria da diferenciação social (pesquisas de mercado, princípio de segmentação de mercado). Os rumos neoliberais centrados no consumo indiscriminado (de mercadorias e de ideias) apontam na direção da padronização comportamental cínica como estratégia de superação de uma lógica excludente: os indivíduos são levados a acreditar que suas necessidades individuais estão sendo supridas e a incorporar um sentido de pertencimento. Trata-se na verdade de um simulacro, uma vez que centrada no desejo de compartilhar significados tidos como de consenso – naturalizados como tal.

O fenômeno da comunicação de massa (a TV a partir dos anos 60; a internet a partir dos anos 90) tem provocado um modelo unificador e simplificador junto aos indivíduos. A extensão dessa unicidade é perversa, pois aponta a construção de um consenso no qual *estar fora* aguça o sentimento de exclusão. A falácia tecnicista só acirra o problema, sendo necessário o resgate de uma nova ética (ou melhor, da ética em

si), cabendo à cultura e à identidade uma possibilidade de reordenação do acontecer social e de resgate da sociabilidade e da urbanidade. Desmascarar a fantasia ideológica (ZIZEK, 1996) pode ser um primeiro passo a não deixar a identidade sucumbir. Aceitar a pluralidade cultural como um dado, pode contribuir para desmascarar a construção/representação naturalizada de um caminho único (RODRIGUES, 2001).

Interessa-me, aqui, discutir a noção de apropriação dos espaços públicos, vendo-os como lugares potenciais de práticas culturais e de sociabilidade. O estar junto desinteressado e as condições físicas propícias a isso norteiam a noção de apropriação dos espaços, sobretudo os públicos e coletivos. E as práticas culturais e a atratividade turística para tais práticas podem apontar tanto para a desmistificação destes valores abordados quanto para acirrá-los ainda mais (o que é mais comum).

O estilo de vida nas cidades contemporâneas esgarçaram o tecido social até sua quase ruptura, mas existe “luz no fim do túnel”. Precisamos é *refocalizar* nossos cotidianos e fortalecer os elos identitários locais e as práticas de apropriação do lugar. Esta deve ser a principal tarefa, tanto dos técnicos quanto dos entes governamentais: estimular e criar condições para que os sujeitos interajam mais plenamente com os territórios. Como aponta Bauman (2012, p. 18),

A ambiguidade que importa, a ambivalência produtora de sentido, o alicerce genuíno sobre o qual se assenta a utilidade cognitiva de se conceber o habitat humano como o “mundo da cultura”, é entre “criatividade” e “regulação normativa”. As duas ideias não poderiam ser mais distintas, mas ambas estão presentes – e devem continuar – na ideia compósita de “cultura”, que significa tanto inventar quanto preservar; descontinuidade e prosseguimento; novidade e tradição; rotina e quebra de padrões; seguir as normas e transcendê-las; o ímpar e o regular; a mudança e a monotonia da reprodução; o inesperado e o previsível.

Pensar ações em cultura pressupõe, também, focalizar a questão do território, em suas dimensões de produção, recepção e percepção, tanto dos espaços quanto das relações que neles se dão; e como afirma Rogério Haesbaert, apoiado em Henri Lefebvre: “Território, assim, em qualquer acepção, tem a ver com poder, mas não apenas com o tradicional poder político. Ele diz respeito tanto ao poder no sentido mais explícito, de dominação, quanto ao poder no sentido mais implícito ou simbólico, de apropriação” (HAESBAERT, 2014, p. 57).

Devemos considerar, também, o alerta que nos faz Víctor Vich (2013, p. 138): “La propuesta por desculturalizar la cultura implica entonces arrancar la cultura de su supuesta autonomía y utilizarla como recurso para intervernir en el cambio social”.

## 2. O Caminho Niemeyer como ponto de partida:

Numa conjuntura em que vemos crescer reflexões sobre interfaces entre cultura e economia, o que proponho é refletir sobre possíveis impactos de um campo no outro.

Começemos pela definição da UNCTAD para economia criativa (uma das principais agendas das políticas públicas de cultura atualmente):

A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, **ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano**. Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo. É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas

inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial. No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas. (UNCTAD, 2011, p. 10, grifos meus)<sup>12</sup>

A pesquisa aqui relatada focou o Caminho Niemeyer, em Niterói, vendo-o como uma expressão cultural que deve ser entendida em sua tríplice dimensão:

- dimensão **estética** (ou simbólica): a figura do arquiteto Oscar Niemeyer representando (creio que desde os anos 40) uma crescente construção de identidade artística para o país;
- dimensão **ética** (ou cidadã): o Caminho Niemeyer enquanto espaço público podendo se configurar como um importante locus de interações sociais;
- dimensão **econômica**: buscando avaliar o fomento turístico e impactos na dinâmica imobiliária nos bairros niteroienses que contam com obras deste arquiteto.

Desde os anos 1930<sup>13</sup> tem sido relevante e importante o papel que a obra do arquiteto Oscar Niemeyer vem representando, não apenas na divulgação da arte arquitetônica moderna/modernista brasileira e internacional, mas também no sentido de que sua obra foi essencial para o fortalecimento da própria valorização da identidade artística brasileira, uma vez que vinha avalizada internacionalmente.

---

12 UNCTAD. *Relatório de Economia Criativa 2010*: Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo, 2011. Disponível em <http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>. Acesso em 17/02/2014. p. 10, grifos nossos.

13 Pode-se destacar o edifício do MEC (Palácio Capanema, projeto de 1936) no Rio de Janeiro, e o bairro da Pampulha, em Belo Horizonte, projeto de 1942 durante a gestão de Juscelino Kubitschek como prefeito. Destaque-se as obras governamentais de Brasília nos anos 1950/1960 e diversos projetos internacionais durante a segunda metade do século XX.

Ainda hoje, se pegarmos - por exemplo - uma publicação francesa que aborda a arquitetura de todos os tempos (IRVING, 2009), em suas 959 páginas dedicadas a apresentar, através sobretudo de imagens, a seleção das mais belas obras, das pirâmides egípcias ao estádio olímpico de Pequim (de 2008), o livro apresenta seis obras de Niemeyer, ilustrando-o com o mesmo quantitativo dispensado a Frank Lloyd Wright, Renzo Piano, Jean Nouvel, Zaha Hadid, Frank Gehry e Alvar Aalto. Ou seja, o arquiteto brasileiro figura entre grandes *estrelas* da arquitetura moderna e contemporânea<sup>14</sup>.

Tenho observado em alguns escritos meus que a arquitetura e o urbanismo modernistas no Brasil deixaram marcas profundas em nossa identidade. Profundas a ponto de se constituírem obstáculos à proposição de novas alternativas (RODRIGUES, 2001). Retomo, aqui, alguns dos caminhos do assentamento desse forte traço cultural. A trajetória da moderna arquitetura brasileira consubstanciou-a como elemento marcante de nossa identidade: capaz de colocar-nos no rol das melhores produções artísticas do mundo, a arquitetura moderna cristalizou-se na figura desse seu grande mentor Oscar Niemeyer (RODRIGUES, 2000).

Peguemos o foco da produção do espaço urbano contemporâneo. Este tem sido regido por preceitos homogeneizantes, mesmo que travestidos de diversidade (RODRIGUES, 2001). E tendo como foco a celebração da cidade espetáculo, com suas imagens e “espaços luminosos” (SANTOS, 1997; 1999). Neste sentido, a cidade contemporânea vem produzindo espaços marcados por sua capacidade de atratividade (para o turismo, para o capital empresarial etc.), e as formas artísticas calcadas em grandes ícones da arquitetura mundial dando suporte a essas produções urbanas. Os exemplos no mundo são vários, mas vou me ater ao maior ícone da arquitetura brasileira,

---

14 Apenas outros 9 autores de projetos (arquitetos e/ou escritórios de arquitetura) foram retratados em maior número, com referências que vão de 7 a 12; ou seja os citados com 6 referências estão no topo dessa coletânea de 1001 arquiteturas referenciais, sg. este autor (ver IRVING, 2009).

cuja obra vem marcando a cidade de Niterói como uma *grife*. Niterói vem sendo palco de políticas locais de produção do espaço urbano que se confundem com políticas culturais municipais, enfim: a cultura dando suporte à produção do território. Tal não seria ruim se fossem ações de fortalecimento da urbanidade e das práticas sócio-culturais.

### - Niemeyer e a identidade artística brasileira

Em *Niemeyer poète d'architecture*, uma belíssima edição que empresta suas páginas para homenagear a obra de Oscar Niemeyer, Jean Petit (1995) dá-nos a sua visão deste artista. Mais do que a sua percepção, poder-se-ia dizer que aí se encontra a maneira como *todos* percebem o arquiteto brasileiro. O autor francês descreve Niemeyer, ressaltando seu amor pelo moderno - retratado em Brasília -, e pelo antigo - o Rio de Janeiro, com suas paisagens naturais a tecer sinuosas e sensuais curvas que emolduram os espaços edificados, assim como o charme das cariocas, do futebol e da bossa-nova.

J. Petit ilustra a característica social do homem Niemeyer, indivíduo de práticas e pensamentos de esquerda que fazem com que sua arte se volte a projetos de Catedrais ou de sedes de Partido Comunista com a mesma paixão.

Segue o autor a dizer-nos que em Niemeyer podemos perceber a *alma* do brasileiro:

Tudo é simples e complicado ao mesmo tempo. Não é fácil pensar o Brasil, terno e violento, tudo em contradição. Devemos vive-lo, como deve vive-lo Oscar, encantador, sensível, borbulhante e incerto. Talvez a fusão das três raças – negra, branca e indígena - explique a suavidade das relações humanas, a sensibilidade, a teimosia e o orgulho dos brasileiros. Você deve entender o Brasil para entender Oscar [...]. (PETIT, 1995, p. 15)<sup>15</sup>

15 No original: "Tout est simple et compliqué à la fois. Pas facile de penser le Brésil, tendre et violent, tout en contradiction. Il faut le vivre, comme il faut vivre Oscar, charmeur, sensible,

Jean Petit, me parece, trouxe à tona neste trecho questões referenciais da identidade brasileira. Reportemo-nos a S. B. de Holanda, a Roberto DaMatta, a Darcy Ribeiro e a Contardo Calligaris.

Por Sergio Buarque de Holanda (1978), o homem brasileiro traz em si a marca da cordialidade. Os desdobramentos de tal visão são vários. Da cordialidade vamos, no limite, desembocar na ideologia do favor. O assunto tem sido explorado por muitos, dos quais destaco Roberto DaMatta (2001). Como ilustra este antropólogo, somos o amálgama da camaradagem com o arbítrio. Nossas relações pessoais são marcadas por esse espírito de solidariedade, de troca de favores, onde o que importa é menos a pessoa em si do que sua teia de relações. Tal camaradagem, no entanto, desemboca no arbítrio, no autoritarismo de quem tudo pode de acordo com seus graus de influência. De tudo fica um pouco, e não restam dúvidas de que parte de nossas características sustentam-se na positividade da cordialidade.

É interessante, outrossim, somar as reflexões de Jorge Forbes (1998), para quem na cordialidade do brasileiro escamoteia-se a negação da auto-percepção. O “homem cordial” faz desse se voltar para o outro, a negativa de lidar com seus próprios desejos. Nas palavras do autor, o altruísta é no fundo um grande egoísta.

Somos um povo de contrastes, conforme afirma Darcy Ribeiro (1995). Contrastes que se fundem na constituição de algo novo. Não podendo ser índios, nem reinóis o elemento africano desdobrou-se como característica própria desse povo “mulato”. Povo novo, como afirma e reafirma Ribeiro. Pensemos um pouco nessas ideias de Darcy Ribeiro, pois o novo pode pressupor sem tradições. Esse conflito entre o novo, a página em branco, e o assentamento de raízes, a memória, a tradição original, cremos, assume a característica do conflito mesmo, sempre em oposições excludentes. Ora se nega esse novo como característica (e toda a potencialidade positiva que nele possa

---

bouillonnant et incertain. Peut-être la fusion de trois races, noire, blanche et indienne explique-t-elle la douceur des rapports humains, la sensibilité, l'opiniâtreté et la ferté des brésiliens. Vous devez comprendre le Brésil pour comprendre Oscar, [...]”. Tradução livre.

ser vista), ora se nega a tradição (aquela capaz de dar-nos marcas próprias e profundas). Sensibilidade, incerteza, obstinação e vigor... são alguns desses contrários com que Jean Petit nos caracteriza.

C. Calligaris (1991) fundamenta essas brechas entreabertas de contrários como uma dificuldade que o brasileiro enfrentou desde sua origem colonizadora. Não querendo/podendo ser colonos nem colonizadores, restou-nos a ambiguidade de quem, para conseguir *um lugar ao sol* transita entre o dilema de tornar-se *colonizador* para escapar da submissão de *ser colonizado*.

Esse explorar sem limites é como que uma fuga. E nossa cordialidade é uma auto-defesa.

O que extrairmos das reflexões aqui tecidas? Ambiguidades na constituição da identidade brasileira... Diria mais, somos permeados por uma fraca identidade, suscetível de virarmos ora para um lado, ora para seu oposto: "*tendre et violent, tout en contradiction*", como afirmou Petit.

É essa a imagem criada sobre nós. E será essa, também, a nossa auto-imagem? O que estou tentando estabelecer é que não existe uma auto-imagem clara no homem brasileiro, o que permite que a identidade vá sendo *forjada* a partir de condições externas, tecidas ideologicamente.

Voltando à *Niemeyer poète d'architecture*, atentemo-nos para a forma como o autor apresenta o Brasil. Ressalte-se tratar de obra francesa escrita para seus conterrâneos. E como é o país para este estrangeiro? Lugar de intimidades: a camaradagem dos abraços e de 'a casa é sua'; dos esbanjamentos e da austeridade, austeridade esta matizada pelo futebol, pela macumba e pelo samba. País de contrários e de contrastes. País que mescla pobreza e pujança. Secura e gracejo. E é nesse contexto de contrários, elabora o autor, que surge o *poeta* maior: Niemeyer. O texto aponta sempre as dualidades. São apresentados vários prós e contras, mas se deixa aberta a brecha das características positivas. "*Vous devez comprendre qu'Oscar Niemeyer est brésilien...*", assim justifica o autor os contrastes desse arquiteto.

Niemeyer foi capaz de inovar a arquitetura modernista ao fazer a síntese entre forma e função. O lema da época era “a forma segue a função” - preceito universal a apostar na racionalidade geometrizar dos ângulos retos. A brasilidade de Niemeyer permitiu juntar ao projeto modernista a suavidade das curvas, a surpresa das novas formas.

Vários autores, alguns já citados, consideram que as contradições presentes no homem brasileiro refletem uma falta de unidade, ou mesmo falta de autenticidade. Se o universo simbólico nos é possibilitado pela linguagem (como atesta, entre outros, Jacques Lacan), na linguagem estão as nossas possíveis contradições; é através dela que devemos buscar nossas *inautenticidades*, buscando compreendermo-nos como brasileiros.

Voltemos a Jean Petit.

Chama-me a atenção que seu texto parece querer dizer-nos que embora seja o artista que é, Oscar Niemeyer é um homem comum, com seus amores, seus entusiasmos, inquietudes e medos. Deveria ser diferente? Que fantasias sustentam esse dizer do autor? O ser *artista* é incompatível com o ser *humano*? A estranheza, por certo traz em si elementos que querem ver no homem um deus.

Neste final, volta-se à tona da problemática inicial: as ambiguidades (paradoxos?) que o autor francês percebe em Oscar Niemeyer. Este que, apesar das qualidades que o distinguem, é um homem comum, com seus amores, seus entusiasmos e suas incertezas. Seus conflitos são por ser brasileiro; o que há de homem no deus é por conta disso. *Devemos compreender o Brasil para compreender Niemeyer... e devemos compreender que Niemeyer é brasileiro...* Poderíamos acrescentar: *Devemos compreender Niemeyer para compreender o Brasil... Devemos reconhecer que o Brasil é, também, um pouco Niemeyer..., que foi ele que nos deu a cara que temos no exterior... Somos o berço poético da arquitetura modernista através deste seu poeta maior...*

Jean Petit (*op. cit.*, p. 16) termina a biografia introdutória de Niemeyer a dizer:

Aos 87 anos, Oscar Niemeyer é certamente o maior arquiteto vivo do nosso tempo. Ele construiu grandes conjuntos, hospitais, clubes, igrejas, teatros, uma cidade inteira à qual seu nome permanecerá sempre ligado. Ele poderia, se quisesse, construir em qualquer lugar, vivendo uma vida livre de preocupações, mas é no Brasil que ele prefere construir. No Brasil, onde mantém uma atitude inequívoca para com a miséria e a injustiça. E aventura de Niemeyer continua com sua busca por novas formas, sua invenção, sua riqueza de expressão, sua pureza, seu idealismo... 'Eis Oscar', aqui está o Oscar. Não podemos deixar de dizer. Um nome de país resume tudo: Brasil. Uma palavra diz tudo sobre ele: bondade. Sim, é um homem bom.<sup>16</sup>

Neste trecho conclusivo fica evidente a associação de imagens, de características, de traços identitários que é estabelecida.

Brasil - bondade. Niemeyer - homem. E ei-los juntos no Olimpo de deuses e heróis. De homens semideuses com o poder catártico de construir subjetividades. De tecer identidades...

### - Niterói e os projetos de Oscar Niemeyer

A implantação de obras do arquiteto Oscar Niemeyer (1907-2012) em Niterói/RJ tem sido responsável pela ampliação da atratividade que a cidade vem apresentando, inclusive e principalmente atratividade turística. Os estudos aqui apresentados buscam avaliar esse potencial econômico e os impactos na produção do espaço e nas práticas culturais da cidade.

---

16 No original: "A 87 ans, Oscar Niemeyer est certainement le plus grand architecte vivant de notre époque. Il a construit des grand ensembles, des hôpitaux, des clubs, des églises, des théâtres, une vile entière à laquelle son nom restera attaché. Il pourrait, s'il le voulait, contruire n'importe où, vivre une vie exempte de soucis, mais c'est au Brésil qu'il préfère contruire. Au Brésil où il conserve une attitude sans équivoque face à la misère et à l'injustice. Et l'aventure d'Oscar Niemeyer se poursuit avec sa recherche de formes nouvelles, son invention, sa richesse d'expression, sa pureté, son idéalisme... 'Eis Oscar', voici Oscar. On ne peut le raconter. Un nom de pays le résume: Brésil. Un mot dit tout de lui: bonté. C'est un homme bon.". Tradução livre.

Flávia Lages de Castro (coord.)  
Mário F. de Pragmácio Telles (coord.)

O início do atual processo, que busca marcar a cidade como a que possui o segundo maior número de obras de Niemeyer, perdendo apenas para Brasília, começou com a construção do MAC, Museu de Arte Contemporânea, em 1995. Os impactos de atratividade promovidos pelo MAC extrapolaram os limites nacionais. A partir de então, passou-se a perseguir a implantação de um conjunto de obras desse arquiteto, a ser localizado no Centro da cidade, em área de 72 mil m<sup>2</sup> à beira mar, no Aterro da Praia Grande. O início das construções no denominado Caminho Niemeyer se deu a partir de 2002, e a ideia se estendeu para além daquela área inicial, seguindo um conjunto de projetos pensados para implantação ao longo da orla do município junto à Baía de Guanabara.

#### Presença de projetos de arquitetura de OSCAR NIEMEYER (1907-2012) em Niterói



17 Composição pessoal a partir de fontes diversas e parte da imagem do centro, disponível em <http://2.bp.blogspot.com/-JFN7KieB14E/Tbg1Xw8spEI/AAAAAAAAACc/55KciMg5BS8/s1600/mapa.jpg>. Acesso em 01/02/2015.

O lugar denominado inicialmente como Caminho Niemeyer foi projetado para uma área de aterro que havia se tornado um grande vazio urbano. Inicialmente foi construído o Memorial Roberto Silveira<sup>18</sup> (em 2003), seguiu-se com a construção, ainda em 2003, de uma praça linear com cobertura ondulada onde foram implantadas as estátuas de bronze, em tamanho natural, do arquiteto “em conversa” com Juscelino Kubitschek (que dá nome à Praça)<sup>19</sup>. Seguindo a orla tem-se o Museu BR de Cinema (ou Centro do Cinema Brasileiro), ainda (2015) não completamente concluído, o MAC (1995) e o Maquinho<sup>20</sup> (2008), e a Estação Hidroviária de Charitas (2004).

No efetivamente denominado Caminho Niemeyer (ou seja, a área de aterro, no Centro) tem-se concluídas as obras do Teatro Popular de Niterói (2007), do Memorial Roberto Silveira (2003), da Fundação Oscar Niemeyer (2010), estando ainda apenas em projeto as construções do Terminal de Integração Intermodal, Centro de Convenções, Torre Panorâmica, duas torres comerciais que integrarão o Oscar Niemeyer Monumental, e a Nova Catedral Católica.

---

18 Roberto Silveira (1923-1961) foi governador do antigo estado do RJ, quando Niterói ainda era a capital do estado fluminense. Pai do prefeito Jorge Roberto Silveira, responsável pelo convite para que Niemeyer projetasse esses novos espaços de Niterói. Niterói deixou de ser capital de estado em, 1975, quando houve a fusão do estado do Rio de Janeiro com o da Guanabara. Jorge Roberto Silveira foi prefeito de Niterói por 4 mandatos: 1989-1992; 1997-2000; 2001-2002; 2009-2012.

19 A escolha pela figura do ex-presidente Kubitschek se deu por conta da forte influência que o mesmo teve junto à carreira de Niemeyer: deu a ele o projeto do bairro da Pampulha e suas edificações notáveis, datados de 1942, quando era prefeito de Belo Horizonte, e dos principais edifício de Brasília, quando presidente do país (1956-1961).

20 Cumpre esclarecer que, nas encostas de morro fronteiro ao MAC, foi projetado e construído o Maquinho –Módulo de Ação Comunitária.

Segue uma das maquetes projetivas do projeto *Caminho Niemeyer*<sup>21</sup>:



Quando em 1975 Niterói deixa de ser capital do estado do Rio de Janeiro, há expressivo esvaziamento político e estagnação de diversos setores e instituições. Junto ao corpo social, uma sensação de perda de identidade. Esta situação passa a mudar com a eleição do prefeito Jorge Roberto Silveira, que buscou consolidar a imagem de uma cidade com valores sócio-econômicos diferenciados e com valores artístico-arquitetônicos de grande atratividade. A condição sócio-econômica expressa pela condição de quinta cidade em qualidade de vida, utilizando-se o *ranking* do IDHM<sup>22</sup> como referência. Para a atratividade artístico-arquitetônica foi buscado o nome do arquiteto Oscar Niemeyer, a quem foi solicitado, inicialmente, o projeto para o MAC.

---

21 A maquete aqui reproduzida apresenta diferenças em relação ao atual estágio de projeção do Caminho Niemeyer. A catedral católica apresentada à direita teve seu projeto substituído por outro. As quatro torres de uso misto (residencial e comercial) apresentadas foram substituídas por duas torres, em terrenos externos, previstas para uso empresarial e hoteleiro. Disponível em: [www.turismo.culturamix.com](http://www.turismo.culturamix.com). Acesso em 04/07/2015.

22 IDHM, Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.



MAC / Museu de Arte Contemporânea – Boa Viagem, Niterói – Brasil.  
Acervo da Pesquisa

Tenho pesquisado a cidade de Niterói, em especial seus valores culturais e patrimoniais, e é muito evidente o expressivo significado que o MAC assumiu no imaginário niteroiense. Busco entender o fato urbano como resultado da produção de diversos atores sociais, cujas ambiguidades e fantasias devem ser reveladas. E, ainda, destacar que as expectativas dos usuários das cidades são construções culturalmente construídas, mas que são, também, representações ideologicamente induzidas. Estudos sobre manchetes e matérias de jornais podem ser bem representativos do poder dos discursos na constituição de imaginários. Peguemos exemplos de manchetes jornalísticas extraídas do encarte dominical *Niterói* do jornal *O Globo*.

Em 1993 os jornais ainda estampavam “Clima interiorano atrai cineasta” (O GLOBO, 04/06/93), mas poucos anos depois o singular cedia seu lugar ao inusitado: “Cidade em foco – MAC entrou na última hora nas gravações” (10/05/98). Se em 1995, a marca da identidade urbana ainda se assentava na imagem do índio Araribóia, figura importante na fundação da cidade e que marca suas raízes (“Araribóia – um cacique feliz com a sua aldeia” -19/11/95), passados três anos novos símbolos passam a ser destacados. São símbolos da modernidade (ou da pós-modernidade?). São imagens sem vivência. O MAC, ícone do *marketing* urbano, é o “Garoto propaganda” (25/07/99) que provoca “Paixão pelo símbolo cultural da cidade” (26/09/99) e põe Niterói no mapa cultural do Brasil (quicá do Mundo).

Como defendemos neste texto, Oscar Niemeyer tem o mérito de ser um criador/construtor da identidade artística brasileira desde os anos 1930, e no caso de Niterói, a consolidação do ícone cidade-Niemeyer foi rápida. No início ninguém entendia muito bem. O que representava a forma do Museu? Um disco voador, afirmavam os mais ufólogos. Um cálice sagrado, rebatiam os mais metafísicos. E, novamente, as manchetes do encarte *Globo Niterói* vêm tecer o imaginário através do discurso. Jocosos, inicialmente. Definitivo, logo a seguir. Os que esboçaram sorrisos com o discurso inicial tiveram que ceder ao imaginário geral. A sequência de manchetes apresentadas a seguir nos apontam esta mudança. “MAC está prestes a decolar” (01/10/95) ou “O cálice está quase pronto para a festa” (28/07/96) não foram manchetes muito condizentes com a marca desse nosso poeta/construtor maior. Foram deixadas de lado. Substituíram-nas outros discursos mais competentes: “MAC transforma Niterói em pólo turístico” (09/03/97); “Uma cidade com a grife Oscar Niemeyer” (04/05/97); “Caminho Niemeyer rumo ao futuro” (11/07/99).

A cidade seguiu ganhando novas obras assinados por Niemeyer. Alguns tentaram salientar problemas que nossos entusiastas planejadores não conseguiam(?) enxergar. Os danos ambientais que

o terminal hidroviário de Charitas – projeto de Niemeyer no ponto extremo da orla niteroiense ao longo da baía de Guanabara - poderia proporcionar foram suscitados, como apontam as matérias “Novo terminal está em rota polêmica” e “Mar de reclamações: pescadores atacam a proposta e ONG pede estudo de impacto” (ambas de 20/09/98). Puras vozes abafadas. Afinal, desde a era Iluminista o Homem vem se apoiando na sua magnitude sobre a Natureza. Cabe a esta se submeter às nossas vontades, às nossas fantasias imaginárias. E para fechar ainda com o MAC, “Mar serve de moldura para a foto perfeita” (15/11/98) atesta que a questão ambiental serve, no máximo, como pano de fundo suplantado pela questão icônica.

Particpei da banca de mestrado de Porto Junior (2009), cujo trabalho nos faz refletir sobre certos descaminhos da sociedade contemporânea em relação á produção do espaço urbano. A dissertação realçou algumas dimensões dos GPDUs: Grandes Projetos de Desenvolvimento Urbano<sup>23</sup>.

Ao se flagrar certos GPDUs, algumas questões iniciais podem ser lançadas: que são Grandes Projetos, não restam dúvidas; se são de Desenvolvimento, aí podemos nos questionar. Certos termos precisam ser sempre questionados. Desenvolvimento de que? A partir de que modelo? Com qual finalidade? Planejamento estratégico para quem? Com quem e por quem? Alguns desses eixos, como já apontei, têm norteado algumas de minhas reflexões.

Porto Junior recorre às discussões da sociedade do espetáculo de Guy Debord (1997), estabelecendo correlações entre certas materializações da sociedade contemporânea. É neste campo que quero avançar, pois de certa forma tanto a Cultura quanto o Urbanismo são travestidos em seus sentidos essenciais e transformados em *merchandising* em uma sociedade que parece se centrar somente no consumo e na imagem.

---

23 Estudos aprofundados sobre a questão dos grandes empreendimentos urbanos vêm sendo desenvolvidos por professores do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal Fluminense, em especial Fernanda Sánchez e Glauco Bienenstein (2004).

A meu ver, os GPDUs normalmente são frutos dessa postura consumista, produzindo espaços efêmeros e simplesmente espetaculares. A lógica de grandes cenários urbanos toma conta do planejamento atual. Os espaços urbanos são pensados enquanto cenários, valendo por sua carga signífica, sua imagem... Faltam, em muitos dos projetos, considerarem os atores que darão vida à cena; e estou falando de protagonistas e não de meros figurantes. Se não, vira só cenário mesmo. Torna-se não-lugar, na acepção do antropólogo Marc Augé (2012)<sup>24</sup>. Local de passagem, sem enraizamento, sem vivência.

Pensar na produção dessa tipologia de espaços urbanos é como pensar na espécie de produção de arte e cultura que ainda insiste em ser apenas voltada ao *consumo* imediato. Precisamos de ações em cultura que almejem que os indivíduos sejam fruidores, dêem efetivo uso, se apropriem... Ser, ao invés de só parecer. Enxergar, ao invés de só olhar. Vivenciar, ao invés de só estar. Ou seja, ações que *fujam* do meramente eventual e efêmero.

Ao que tudo indica, os GPDUs têm a mesma lógica de uma indústria cultural voltada apenas ao consumo de massa. Ambos querem só o “espetáculo”. Ambos só querem o evento que consolide a imagem, a marca. Ambos se pautam por apropriações principalmente mercadológicas. Não quero ser pessimista; quero defender uma lógica contrária. Quero que Arte e Manifestações Culturais sejam o que são: possibilidades múltiplas de exercício de nossa possibilidade de comoção, de encantamento. Quero que os Lugares Urbanos sejam espaços de sociabilidade, de interação, de prática e vivência. E não é mera questão panfletária; é questão de como nos posicionamos no mundo. Trata-se aqui da defesa de que não façamos de nossas vidas meras representações (individuais), meras vitrines de exposição (na qual o sujeito se torna um produto, objeto), meras imagens (virtuais ou reais)... miragens...

---

24 Primeira edição francesa datada de 1992.

Pelos trabalhos acadêmicos (o citado, e outros), o Caminho Niemeyer é um GPDU. Um grande empreendimento urbano, fruto de fortes parcerias público-privado, um exemplo do empresariamento urbano, uma marca de grife na lógica do *city-marketing*, um não-lugar na concepção de Augé, um espetáculo consumível na concepção de Debord, um local segregado na minha concepção; em suma: uma catástrofe. Preferiria um lugar-comum, um simples lugar. Integrado ao restante da cidade. Se almejar qualidade estética é produzir esse tipo de morfologia, prefiro a simplicidade das formas urbanas vernáculas... Os planejadores e gestores (tanto urbanos quanto culturais) precisam *aprender* que ações em cultura e produção de territórios necessitam assentar sua força e sua atratividade para além do grande evento, atraindo turistas e população local. Planejar segundo a lógica da vivência e não do espetáculo.

As áreas centrais, assim como áreas que perderam sua função ao longo do tempo (como zonas portuárias, por exemplo) têm sido objeto recorrente de requalificação urbana, em especial tirando proveito da implantação de espaços culturais monumentais. Tais intervenções têm, muitas das vezes, desconsiderado a manutenção do tecido social existente, focando prioritariamente ampliação de setores e novas camadas sociais.

Mesclar edificações novas com edificações antigas ou históricas, potencializar dinâmicas sociais que abarquem grupos diferenciados, promover intervenções de pequeno porte e incluir a melhoria dos espaços coletivos são ações que me parecem apontar para melhores possibilidades e resultados ao se intervir nos territórios. O que nem sempre, ou quase nunca tem sido a lógica norteadora das intervenções contemporâneas. Veremos que o caso do Caminho Niemeyer e do Centro de Niterói não fogem a isso...

### **3. Turismo cultural, empresariamento urbano e mercantilização do uso do solo**

A imagem a seguir apresenta a área de aterro aonde vem sendo construído o Caminho Niemeyer, e uma simulação com a verticalização almejada para o entorno deste empreendimento.



Imagem divulgada pela Prefeitura de Niterói.<sup>25</sup>

Como aponta Jorge Luiz Barbosa (2011, p. 127),

Novos imperativos de eficiência e rentabilidade começam a ganhar corpo nos dispositivos urbanísticos destinados a realizar a performance mimetizada dos lugares. A racionalidade econômica

25 Fonte: [http://og.infg.com.br/in/14630484-b65-27c/FT1086A/420/2013-619751352-013060709570.jpg\\_20130609.jpg](http://og.infg.com.br/in/14630484-b65-27c/FT1086A/420/2013-619751352-013060709570.jpg_20130609.jpg)

redefine o monumentalismo arquitetônico para erigir uma “ética do mérito”, em que o agradável e a segurança desempenham papéis decisivos. Nesse percurso, torna-se cada vez mais acirrada a competição entre as cidades, agora mediada pela mobilização do espetáculo da *cidade beautiful* – a cenografia contra a desordem -, destacando-se em tal estratégia a construção de prédios imensos e *shopping centers* luxuosos, estilização decorativa de bairros, ruas e avenidas. Inclui-se nesse movimento performático a realização de megaprojetos estratégicos, [...].

Com o intuito de melhor entender os processos econômicos ocorridos em espaços urbanos que contêm projetos de Niemeyer em Niterói utilizamos a seguinte metodologia:

- a) Levantamento de matérias veiculadas nos principais periódicos diários que circulam na cidade - jornais O Fluminense, O Globo, e Jornal do Brasil (nos anos de 2013 e 2014) - indexando seus temas, em especial os que tratam da consolidação do Caminho Niemeyer enquanto atrativo turístico;
- b) Levantamento dos quantitativos de oferta de imóveis para venda e para aluguel nos bairros niteroienses, identificando diferenciações quando de bairros que contam com obras de Niemeyer (a saber: Centro, São Domingos, Boa Viagem e Charitas). Focamos os levantamentos nos anos de inauguração das construções, comparando os valores daqueles anos com 5 anos antes e 5 anos depois;
- c) Levantamento dos valores do m<sup>2</sup> construído nos bairros com projetos Niemeyer, numa perspectiva comparada entre os anos de 2011 e 2014, e comparando os valores de 2014 em relação aos diversos bairros da cidade e a média urbana.

- Tabulando alguns dados:

Sobre referências ao Caminho Niemeyer nos jornais citados, percebeu-se as notícias vão desde os impasses sobre as obras até a utilização do Caminho para eventos diversos, como ponto de partida de corridas etc.

Faço, aqui, um parêntese para incluir um texto que narra as primeiras impressões da bolsista pesquisadora sobre o espaço:

O Caminho Niemeyer, apesar de se localizar ao lado do centro comercial de Niterói, passa despercebido por quem trafega pela cidade, por ficar “escondido” atrás do terminal de ônibus. Acessibilidade é algo novo para os visitantes, a pouco tempo atrás não seria possível entrar no local casualmente, mas este cenário mudou, agora há uma ligação que sai do terminal até o caminho e também estacionamento grátis para quem prefere ir de carro. Ao entrar no caminho, as curvas das construções projetadas por Oscar Niemeyer ganham vida apesar da predominância da cor de concreto, que denuncia a contemporaneidade das obras.

O Teatro popular apresenta grande beleza e versatilidade, pois aos fundos há uma porta que abre para o pátio, permitindo que o espetáculo seja realizado para fora. Contudo, a beleza apenas mascara os problemas, como a parede de vidro [inadequada à função teatral] e a falta de uma bilheteria planejada. A bandeira vermelha do comunismo permanece estampada em uma das paredes do teatro, revelando traços do próprio arquiteto.

No Memorial Roberto Silveira podemos encontrar um acervo digital de obras literárias escritas por autores de Niterói, no local também são realizados vários eventos como lançamentos de livros e cursos. Novamente é possível notar falhas no projeto, como a falta de impermeabilização, que acarretou no aparecimento de mofo, e de uma copa, que faz muita falta nos dias de evento.

Na Fundação Oscar Niemeyer funciona a administração do caminho e parte do prédio está sendo usado pela prefeitura devido a um incêndio ocorrido em sua sede em janeiro deste ano. Futuramente este espaço irá abrigar o museu do saber de Niterói.<sup>26</sup>

Passemos aos dados sobre a dinâmica imobiliária. Nos últimos anos a cidade de Niterói sofreu um grande aumento no preço e na quantidade de construções imobiliárias, foram 4.784 unidades lançadas em 43 empreendimentos em 2011<sup>27</sup>. Para justificar este fenômeno, alguns artigos do jornal “O Fluminense” entre 2011 e 2014 dão crédito a diversos eventos. A Copa do Mundo, as Olimpíadas e o Complexo Petroquímico do Estado do Rio de Janeiro (COMPERJ) estão entre as principais razões.

O Caminho Niemeyer é raramente citado como causa deste *boom* imobiliário. A exceção se encontra do artigo “Explode o Preço dos Imóveis em Niterói” publicado em 04/02/2013 pelo Jornal O Dia<sup>28</sup>, que atribui a alta de 36% nos imóveis do Centro à Revitalização do Caminho Niemeyer.

Em pesquisa feita nos anúncios classificados do jornal “O Fluminense” percebe-se um crescimento contínuo de ofertas para compra/venda nos bairros onde se localizam as obras de Niemeyer (foi utilizado sempre o mesmo mês em cada ano apresentado). Vejamos a tabela a seguir:

BAIRRO / ANO		1990	1995	2000	2008	2014
Ingá	venda	133	143	95	95	66
	aluguel	8	24	50	27	15

26 Relatório de pesquisa de campo. Mariana Leite Silva, bacharelanda em Produção Cultural/UFF, abril de 2014.

27 Disponível em: <http://odia.ig.com.br/porta1/imoveis/explode-o-pre%C3%A7o-dos-im%C3%B3veis-em-niter%C3%B3i-1.544467> - Acesso em 11/04/2014.

28 Disponível em: <http://odia.ig.com.br/porta1/imoveis/explode-o-pre%C3%A7o-dos-im%C3%B3veis-em-niter%C3%B3i-1.544467> - Acesso em 11/04/2014.

<b>Centro</b>	venda	23	45	71	72	57
	aluguel	10	68	102	35	21
<b>Charitas / São Francisco/Jurujuba</b>	venda	9	40	37	118	55
	aluguel	4	10	15	30	7
<b>Boa Viagem / Flexas</b>	venda	4	5	18	19	26
	aluguel	3	4	10	6	5
<b>São Domingos / Gragoatá</b>	venda	2	6	8	20	20
	aluguel	2	3	6	7	4

Nos casos de valores referentes a mais de um bairro, foi dado destaque (em negrito) àquele com projeto de Niemeyer, o qual – possivelmente – representa o fator dinamizador. Observe-se que o único bairro que não conta com obra de Niemeyer é o Ingá, bairro contíguo à Boa Viagem e à São Domingos, e que – neste conjunto – representava o bairro com maior dinâmica até então. Pode-se constatar que o Ingá sofre drástica redução a partir de 1995 (ano de inauguração do MAC), ano a partir do qual estes outros bairros passam a apresentar crescimento.

Em relação ao valor do metro quadrado construído, uma análise mais precisa aponta que o bairro de Boa Viagem valorizou mais de 25% entre dezembro de 2012 e fevereiro de 2013 segundo o Jornal O Fluminense de 17/02/2013<sup>29</sup>, com o m<sup>2</sup> valendo R\$ 8,038 mil. Além da Boa Viagem, uma análise mais precisa aponta que os bairros que mais valorizaram entre 2011 e 2013 foram Centro e Charitas, onde também se encontram obras do arquiteto Oscar Niemeyer. Segundo o Jornal O Dia<sup>30</sup>, Charitas

29 Disponível em: <http://www.ofluminense.com.br/editorias/habitacao/niteroi-cada-vez-mais-valorizada-no-setor-imobiliario> - Acessado em 11.04.2014.

30 Disponível em: <http://odia.ig.com.br/porta/imoveis/explode-o-pre%C3%A7o-dos-im%C3%B3veis-em-niter%C3%B3i-1.544467> - Acessado em 11/04/2014.

valorizou 7,69% em janeiro de 2013 em relação a dezembro de 2012, onde em 2011 o m<sup>2</sup> custava cerca de R\$ 6,7mil e passa a R\$ 8,210 em fevereiro de 2012. No centro da cidade os empresários apostam em uma maior valorização do mercado imobiliário a partir da revitalização do bairro junto à construção do “Niemeyer Monumental”, duas torres de 40 andares que serão construídas para uso hoteleiro e empresarial.

A partir dos dados disponíveis no site de uma empresa de consultoria e venda<sup>31</sup> todos os bairros apresentaram crescimento contínuo ao longo de 2013 e os valores referenciais para apartamentos são expressivamente mais altos do que os para casas, em todos os bairros. Charitas, Boa Viagem, Gragoatá, São Francisco e Icarai são os bairros que possuem o preço m<sup>2</sup> acima de R\$ 8.000,00 e, portanto, são os bairros mais caros da cidade, cuja média é em torno de R\$ 6.251,00/m<sup>2</sup> (valores de abril/2014).

Seguem imagens (acervo da pesquisa, 2015) com registros do entorno do MAC (bairro da Boa Viagem) e da estação hidroviária (Bairro de Charitas), respectivamente.



31 Dados disponíveis em [www.zap.com.br](http://www.zap.com.br)



#### **4. A dimensão ético-cidadã, ou: discutindo a sociabilidade no Caminho Niemeyer**

A questão da sociabilidade e de um maior uso público para o Caminho Niemeyer passou a ser incorporado nas estratégias apresentadas pela gestão municipal a partir de 2013, mas com muito pouca efetividade até agora.

Seria falacioso dizer que não existem políticas voltadas para a divulgação do Caminho Niemeyer e para atrair visitantes. Ao manter um registro sobre a movimentação do local durante seis meses, foi possível observar que houve um esforço para a realização de mais eventos e promoção de visitas guiadas para turmas de escolas públicas. Contudo, estas políticas costumam ser falhas e acabam por não atingirem os objetivos esperados, vejamos agora dois exemplos.

A primeira intervenção de que vamos tratar foi a abertura e regularização de passagem direta entre o Terminal Rodoviário João Goulart e o Caminho Niemeyer, inaugurada em meados de julho de 2013, e que objetivou facilitar o acesso de pedestres, em especial os usuários do terminal. Na fala do prefeito Rodrigo Neves, esta integração possibilitaria à população mais pobre maior facilidade de fruição das obras: “Com esse projeto, a população mais pobre poderá usufruir deste extraordinário conjunto arquitetônico do Oscar Niemeyer”<sup>32</sup>. No entanto, de acordo com os dados fornecidos pelo Centro de Atendimento ao Turista, a passagem não influencia em quase a nada a frequência de visitação no local.



32 Disponível em: [http://www.niteroi.rj.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1686:parceria-entre-a-prefeitura-de-niteroi-e-a-iniciativa-privada-integra-o-terminal-joao-goulart-ao-caminho-niemeyer](http://www.niteroi.rj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1686:parceria-entre-a-prefeitura-de-niteroi-e-a-iniciativa-privada-integra-o-terminal-joao-goulart-ao-caminho-niemeyer). Acesso em 04/12/2014.

Ao fundo, Terminal Rodoviário João Goulart, já com a passagem aberta para acesso ao caminho Niemeyer. Julho/2015. Acesso próprio da pesquisa.



Parte do interior do Caminho Niemeyer. Em primeiro plano o Teatro Popular, e em seguida: Memorial Roberto Silveira e Fundação Oscar Niemeyer. Destaque para os grandes vazios que conformam o espaço. Julho/2015. Acervo próprio da pesquisa.

É possível que grande parte da população nem mesmo se sinta a vontade em um local cuja carga icônica acaba *sacralizando* o lugar como de uso turístico, além da pouca atratividade para permanência: não há bancos, nem árvores, por exemplo.

Outra intervenção, esta mais recente, foi a construção de um castelo de areia, erguido com o objetivo de entrar para o livro dos records como o maior castelo de areia do mundo. Segundo uma matéria do jornal “O Fluminense”, o castelo iria ser inaugurado no dia 12/11/2014,

uma quarta-feira, e a visitação seria até o dia 22 do mesmo mês<sup>33</sup>. O feito deveria atrair público e divulgar o Caminho Niemeyer, assim como a cidade de Niterói, mas quem chegou lá no próprio dia 12 só conseguiu ver o castelo sendo desmontado, pois no dia anterior foi realizada a medição oficial para análise e logo em seguida a escultura começou a ser derrubada. Segue a imagem.



Construção do Castelo de Areia no Caminho Niemeyer 02/11/14 –  
Acervo próprio da pesquisa.

Como elementos ilustrativos, seguem aqui algumas imagens (acervo da pesquisa) de obras que compõem o Caminho Niemeyer. A expressiva situação de vazios de pessoas que as imagens ilustram é a

33 Informações disponíveis em: <http://www.ofluminense.com.br/editorias/cidades/o-maior-castelo-de-areia-do-mundo>. Acesso em 04/12/2014.

situação recorrente deste espaço, ou seja, trata-se de um conjunto de obras que não conseguem superar sua condição de visitação turística pontual ou em função de algum evento artístico no Teatro Popular Oscar Niemeyer, por exemplo.

A imagem a seguir mostra o Caminho Niemeyer visto a partir das barcas que fazem a travessia Niterói-Rio de Janeiro.



Julho de 2015. Acervo próprio da pesquisa.

Na sequência, pode-se ver uma parte dos arredores do Caminho Niemeyer. Há um grande vazio urbano entre as edificações do centro e este espaço, situação ainda mais impactada por conta de grande afluxo de ônibus que ali esperam para estacionar no Terminal Rodoviário. Tais fatos talvez possam explicar porque o local fica despercebido para muitos moradores de Niterói. Estudos apontam que muitas pessoas nunca visitaram o Caminho Niemeyer apesar de morarem próximo à área, e tantas outras nem têm conhecimento sobre o local.



Julho de 2015. Acervo próprio da pesquisa.-  
“O Centro que Queremos” - projeto municipal de requalificação

Os centros urbanos são normalmente caracterizados como espaços de rápida circulação, onde comércio e atividades empresariais são predominantes, o que faz com que as ruas fiquem muito movimentadas durante o horário comercial e quase desertas a noite e nos finais de semana.

Em Niterói, o centro da cidade encontra-se atualmente com muitos problemas em relação à infra-estrutura, como calçadas quebradas e excesso de sujeira, o que influencia negativamente nas possibilidades de interação que ali se desenvolvem ou poderiam vir a se desenvolver. Em 2013 foi criado um plano diretor para a região chamado “O Centro que Queremos”, onde são especificadas ações para a requalificação do espaço, apontando algumas possíveis consequências, como diminuição de engarrafamentos e estímulo à sociabilidade.

Existem várias questões a serem abordadas sobre este plano. Em seu artigo 34, ele propõe alterações no Plano Diretor da cidade e abre brechas

para que OUC, Operações Urbanas Consorciadas<sup>34</sup>, possam se estender para além das áreas já prescritas no projeto. O Plano Diretor, sendo uma lei maior à lei nº 3.069<sup>35</sup>, não deveria ser sobrepujado. Além disso, a proposta foi enviada à Câmara de Vereadores antes de chegar ao Conselho Municipal de Política Urbana (COMPUR), que é o órgão deliberativo e consultivo para qualquer tipo de mudança urbanística na cidade.<sup>36</sup>

Há um *discurso* de que criando mais moradias as pessoas voltarão a morar na área central, e isso trará reforço da sociabilidade. De fato esta área da cidade tornou-se um espaço onde dificilmente são criados vínculos e laços afetivos pela maioria dos passantes e pelo inevitável esvaziamento das ruas à noite e nos finais de semana. Contudo, é preciso analisar se a forma como essas moradias serão implantadas será eficaz. Existem propostas para a construção de prédios multiusos que visam mesclar apartamentos residenciais com salas comerciais e corporativas, voltados para a Baía de Guanabara e para o Caminho Niemeyer. Há o projeto de construção de duas torres de 40 andares para uso empresarial e hoteleiro (*Monumental Tower*). Tais empreendimentos provavelmente serão atrativos para categorias sociais muito homogêneas e mesmo privilegiadas, o que pode causar a gentrificação<sup>37</sup> da área, fazendo com que a população de classe mais baixa se afaste ainda mais do coração da cidade.

---

34 Operações urbanas consorciadas são intervenções pontuais realizadas sob a coordenação do Poder Público e envolvendo a Iniciativa Privada, empresas prestadoras de serviços públicos, moradores e usuários do local, buscando alcançar transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e valorização ambiental. (Retirado de: <http://migre.me/nQQyD> Acesso em 17/12/14).

35 Lei que apresenta os setores a serem modificados na revitalização do Centro de Niterói e os parâmetros de construção para cada um.

36 Informações extraídas do jornal O GLOBO. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/revitalizacao-do-centro-de-niteroi-atropela-plano-diretor-da-cidade-8696440#ixzz3EprehayY>. Acesso em 30/09/14.

37 Gentrificação é um processo de mudança onde uma área da cidade é modificada e se torna mais valorizada, fazendo com que tal área seja habitada e frequentada em maior parte por classes mais altas.

Em relação ao comércio de rua, o plano estabelece que será construído um “mercadão”, parecido com o que existe em Madureira. Na fala de muitos lojistas, a questão da remoção do comércio de rua por motivo de embelezamento foi predominante.

Outro ponto que parece problemático é a venda dos Certificados de Potencial Adicional de Construção<sup>38</sup>, cujas notícias informam que somente 1% da verba será aplicada em bens culturais e nenhuma parte desse valor será destinada para habitação de interesse social no Centro.<sup>39</sup> Em conversa com um dos advogados responsáveis pela gestão do plano, nos foi informado que se pretende arrecadar entre 1 e 2 bilhões de reais com a venda dos CEPACs.

Por último, a lei garante que trechos das ruas da Conceição e Marechal Deodoro, para onde são planejados corredores culturais, serão preservadas em suas fachadas e volumetria assim como todos os prédios tombados, mas prevê alterações paisagísticas no Caminho Niemeyer, revogando Áreas de Especial Interesse Urbanístico que incluem toda a *orla Niemeyer* e Áreas de Proteção do Ambiente Urbano do Centro, que protegem construções instaladas no bairro desde o século XIX.<sup>40</sup>

Como as ideias ainda não saíram do papel, podemos apenas especular os pontos positivos e negativos das transformações que estão por vir. O projeto revela preocupação com questões cidadãs quando o discurso sobre sociabilidade surge na fala das autoridades em entrevistas

---

38 Os **CEPAC** (Certificados de Potencial Adicional de Construção) são valores imobiliários emitidos pela Prefeitura do Município, utilizados como meio de pagamento de Contrapartida para a outorga de Direito Urbanístico Adicional dentro do perímetro de uma Operação Urbana Consorciada. Cada CEPAC equivale a determinado valor de m<sup>2</sup> para utilização em área adicional de construção ou em modificação de usos e parâmetros de um terreno ou projeto. Informações disponíveis em: <http://migre.me/>. Acesso em 17/12/14.

39 Informações retiradas do artigo do jornal O GLOBO. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/revitalizacao-do-centro-de-niteroi-atropela-plano-diretor-da-cidade-8696440#ixzz3EprehayY>. Acesso em 30/09/14.

40 Idem.

e notícias, mas não podemos esquecer que a dimensão econômica ainda se constitui como um elemento forte e, arrisco-me a dizer, preponderante em todo o processo de criação e execução do plano. Certos noticiários apontam que os prédios que já tiveram suas construções iniciadas na região se encontram com a maioria dos apartamentos vendidos.<sup>41</sup>

As falhas, brechas e revogações desta parceria público-privada apontam para um caminho onde a busca por lucratividade e novos investimentos constitui uma força maior do que o tratamento da cidade como um lugar onde se desenvolvem e se produzem relações sociais.

A construção coletiva de áreas centrais, que são locais onde múltiplas identidades nascem e se desenvolvem, deveria ser construída conforme os desejos de quem as habitam, o que parece ter ficado em segundo plano no planejamento niteroiense. Neste sentido, houve poucos seminários e apresentações para apresentar o projeto e ouvir as opiniões dos moradores, e quando houve não foram bem divulgados e a maior parte do público presente era ligado à Prefeitura de Niterói. Contudo, a revitalização do centro não é o primeiro projeto em Niterói aplicada à lógica do empresariamento urbano e do *city marketing*.

O Caminho Niemeyer consolidou-se em Niterói como um atrativo turístico da cidade. No entanto, parece que a cidade em si, ou seja, os moradores pouco se apropriam ou são cativados na atratividade deste espaço, que parece mais se voltar para o Rio de Janeiro. O local conta com cerca de 1200 visitas guiadas por mês, das quais apenas 1 a cada 24 visitantes reside na cidade e 96% dos moradores entrevistados apontaram a “calmaria do lugar”<sup>42</sup> como ponto positivo. A falta de segurança no local não foi citada como um fator primordial

---

41 Informações Retiradas do Artigo do jornal O DIA de 24/05/2014. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/niteroi/2014-05-24/predios-historicos-no-centro-de-niteroi-fazem-parte-do-projeto-de-revitalizacao.html>. Acesso em 29/10/14.

42 Entendemos que a expressão “calmaria do lugar” é carregada do sentido de poucos visitantes e pouca interação.

para a pouca freqüentação, e as propostas para melhorar o local giraram em torno de ações simples, como disponibilizar lugares para sentar e o plantio de árvores para gerar sombra junto a estes assentos.

Com tudo o que foi apresentado, constatamos que o Caminho Niemeyer poderia ser um local de encontro e sociabilidade, mas os eventos que lá acontecem ora não são bem divulgados ora são veiculadas informações erradas em alguns jornais da cidade, o que denuncia um diálogo fraco entre os envolvidos na gestão do espaço, a mídia e a população. Recentemente o local passou a ser mais frequentado, principalmente por grupos de *skatistas* e alguns pescadores, entretanto, ao postularmos o potencial ali existente de estimular relações sociais, ainda há um bom caminho a ser percorrido e políticas a serem revistas.

## 5. Considerações finais preliminares

Vimos como o arquiteto Oscar Niemeyer teve importância ímpar, constituindo-se como o principal representante da moderna arquitetura brasileira (até hoje), e um dos principais expoentes mundiais. Sua obra representa forte elemento de divulgação e de valorização da arquitetura brasileira, e foi tomada como elemento de fortalecimento da identidade niteroiense.

Pensar na Cultura e em seu papel no desenvolvimento de um país, região, comunidade, ou das pessoas em geral transformou-se radicalmente nas últimas décadas colocando desafios inéditos e imensos a todos aqueles que, no setor público ou no setor privado, procuram novos caminhos, soluções e funções, tanto para os tradicionais, como para os novos territórios da cultura. E é no espaço da cidade que a multiplicidade das relações melhor acontecem. Ela é o núcleo central de todo o acontecer social e concentra em si a atenção e as práticas de investigação sociológicas, econômicas e culturais mais precisas. Os territórios são espaços de sociabilidades múltiplas e de intensas

relações multiculturais. Populações e arquiteturas híbridas espalham-se e concentram-se espacialmente em constelações de bairros, serviços, e redes diversas de circulação. A natureza dos mecanismos de produção e circulação de informação, a complexidade social das camadas populacionais, o tipo de relação que mantêm com outras redes de cidades, os novos esquemas de relações territoriais, os deslocamentos e trocas culturais, as novas formas e valores exigem novos olhares sobre esta realidade, através dos quais a articulação das disciplinas tradicionais possa ser revista para dar lugar a outros instrumentos e outras abordagens teóricas e instrumentais.

Ao postularmos o turismo cultural e certas estratégias de uso do espaço público para manifestações culturais e de produção de arte coletiva estamos apontando e querendo perceber/flagrar possibilidades de reversão da lógica contemporânea que mais cria indiferenças urbanas do que ações de apropriação e convivência.

**Pode-se entender cultura como um processo de sedimentação de memórias - a longo e a médio prazo - e que opera com as diferenças de toda a sociedade. Entendida desta forma seus propósitos são contrários ao da lógica de mercado – tomando esta por sua busca de imediatismo e standardização.**

Enquanto estratégia metodológica importante deve-se congregiar instâncias públicas e societárias, e sua integração a movimentos originários da sociedade civil. O caso metodológico do *Caminho Niemeyer* nos pareceu potente, pois permitiu um acompanhamento mais constante, com entrevistas e noticiários de jornais – uma vez que o projeto do Caminho sempre volta à cena do planejamento urbano e turístico do município. O que queremos argumentar é que determinados modelos de planejamento turístico e cultural podem sobrepujar e mesmo destruir o potencial dos territórios, agindo na contra-mão do que deveriam potencializar.

Em oposição, a atratividade turística e simbólica do Caminho Niemeyer poderia representar para a cidade e seus praticantes - na concepção de Michel de Certeau (2008) - possibilidades de maior vitalização e qualificação de seus entornos urbanos; o que nos parece nada ou quase nada acontecer.

Marshall Berman (1986) caracteriza as modernidades como fadadas a desmanchar no ar. O modernismo do séc. XIX é dialético: ao mesmo tempo que denuncia os perigos da vida moderna, acredita que as modernidades do amanhã possam curar as feridas; o do séc. XX perde os elos entre a cultura e a vida: ou se é acrítico sobre a modernidade ou cético e indiferente. Esta é sempre vista como um «monolito fechado», caminhos que não se entrecruzam: tradição vista como escravidão, modernidade como liberdade. Iniciamos o século XXI com perspectivas ainda mais desoladoras, com tudo girando em torno da valorização do mercado: tradição e história sedimentam processos de museificação das cidades; planos estratégicos que gentrificam e enobrecem os espaços. J. Habermas (1990) aponta-nos a modernidade como um projeto inacabado, uma vez que o homem ainda não alcançou suas possibilidades potenciais. F. Jameson (2006), por sua vez, tem desenvolvido uma larga argumentação no sentido de que, hoje, as subjetividades estão imersas em algo que difere da razão iluminista, demarcando nessa conjuntura um processo de ruptura com a modernidade.

Buscamos, ainda, refletir sobre a produção do espaço urbano, apontando os caminhos seguidos ao longo do século passado e cada vez mais ainda hoje, que vem consolidando espaços uniformizantes (sobretudo em relação às práticas sociais neles propiciadas), mesmo que *travestidos* como espaços heterotópicos (FOUCAULT, 2013). Tal tônica se acirra sob a lógica do planejamento estratégico e a espetacularização do espaço na contemporaneidade vem se utilizando cada vez mais de edifícios projetados por grandes expoentes da arquitetura mundial, em especial voltados a funções culturais (museus, teatros etc.).

## - O Caminho Niemeyer enquanto um Grande Projeto de Desenvolvimento Urbano

No governo do prefeito Roberto Silveira na década de 1990, a cidade de Niterói estava passando por uma fase de “baixa auto-estima”, fato que começa a se alterar quando o arquiteto Oscar Niemeyer foi convidado para projetar o Museu de Arte Contemporânea. O projeto ganhou repercussão e a maquete do museu chegou a ser exposta fora do Brasil, o que trouxe visibilidade para a cidade que em breve seria marcada com a “grife Niemeyer”. Em seguida surgiu a ideia de se construir outras obras do arquiteto na cidade, e foi assim que este conjunto arquitetônico se tornou o que conhecemos como Caminho Niemeyer .

Esta obra, tida como um GPDU / Grande Projeto de Desenvolvimento Urbano, aparenta apresentar grandes interesses na área econômica voltada para o turismo e para a valorização fundiária, enquanto ações que visam melhorar a cidade para quem a habita ficaram um pouco esquecidas. Foi constatado que áreas que possuem algum prédio de Niemeyer são onde o setor imobiliário mais teve alta nos últimos anos.

Assim, podemos dizer que o Caminho Niemeyer é um tipo de empresariamento urbano, porque, como aponta David Harvey:

O empresariamento urbano se caracterizaria, principalmente, pela parceria público-privada, tendo como objetivo político e econômico imediato muito mais o investimento e o crescimento econômico através de empreendimentos imobiliários pontuais e especulativos do que a melhoria das condições em um âmbito específico. (HARVEY, 1996, p. 53)

Se a construção da identidade niteroiense precisa ficar apoiada no tipo de produção do espaço discutido neste texto, então faço eco às palavras de Charles Taylor (1994, p. 46) quando argumenta (embora a partir de outra temática) que a “auto-depreciação torna-se um dos instrumentos mais poderosos de sua própria opressão. A primeira

coisa que deveriam fazer era expiarem essa identidade imposta e destrutiva”. A persistir tais modelos, guiados tanto pelas esferas governamentais quanto pelas do mercado, precisamos potencializar formas de produção cidadã do espaço - na linha da cidadania insurgente apontada por James Houston (1996) -, que permitam melhor e mais adequada apropriação coletiva dos espaços.

## Referências

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. [1992] 9. ed. Campinas, SP : Papyrus, 2012.

BARBOSA, Jorge L. O ordenamento territorial urbano na era da acumulação globalizada. In: SANTOS, Milton... [et. al.]. **Território, territórios**: ensaios sobre o ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Lamparina. 2011. p. 125-144.

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito da História. In: \_\_\_\_\_. *Obras escolhidas. Vol. 1: Magia e técnica, arte e política*: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo : Cia. das Letras, 1986.

CALLIGARIS, Contardo. **Hello Brasil!**: notas de um psicanalista europeu viajando ao Brasil. São Paulo: Escuta, 1991.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes do fazer. Petrópolis, RJ : Vozes, 2008.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro : Contraponto, 1997.

FORBES, Jorge. **O homem cordial e a psicanálise.** 1998. Disponível em <http://www.jorgeforbes.com.br/br/artigos/homem-cordial-e-psicanalise.html>. Acessado em 26.fevereiro.2015.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, as heterotopias.** São Paulo : n-1, 2013.

HABERMAS, Jürgen. **O discurso filosófico da modernidade.** Lisboa: Dom Quixote, 1990.

HAESBAERT, Rogério. **Viver no limite:** território e multi/ transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. São Paulo, **Espaço e Debates**, n. 39, 1996. p. 48-64.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1978.

HOUSTON, James. Espaços de cidadania insurgente. **Revista do Patrimônio** [Histórico e Artístico Nacional]. Rio de Janeiro, IPHAN/ MinC. n. 24, 1996. Edição temática: Cidadania. p. 243-253.

HUYSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória:** arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro : Aeroplano, 2000.

IRVING, Mark (dir). **Les 1001 merveilles de l'architecture:** qu'il faut avoir vues dans sa vie. Paris : Flammarion, 2009.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo : Ática, 2006.

NEGT, Oskar. Espaço público e experiência. In: PALLAMIN, Vera (org.) **Cidade e Cultura: esfera pública e transformação urbana**. São Paulo: Estação liberdade, 2002. p. 17-25.

PETIT, Jean. **Niemeyer poète d'architecture**. Paris/Lugano: Bibliothèque des arts/Fidia edizioni d'arte, 1995.

PORTO JR., João Batista. **Refazendo o Caminho: dimensões do projeto urbano de Niemeyer, RJ**. Niterói : Universidade Federal Fluminense, 2009. Dissertação de mestrado em Arquitetura e Urbanismo.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

RODRIGUES, Luiz Augusto F. Arquitetura modernista como traço da identidade brasileira. **Poiesis**, Niterói, v. 1, n. 1, p. 79-88, 2000.

RODRIGUES, Luiz Augusto F. Do Pensamento às Palavras: Instrumento metodológico para a análise dos discursos. **Cadernos UniFOA**, n. 12, abril 2010. p. 87-95.

RODRIGUES, Luiz Augusto F. O lugar da cultura. A cultura do lugar. In: **PragMATIZES – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, Ano 3, n. 4, mar. 2013. p. 76-91. Disponível em: [www.pragmatizes.uff.br](http://www.pragmatizes.uff.br)

RODRIGUES, Luiz Augusto F. **Universidade e a fantasia moderna: a falácia de um modelo espacial único**. Niterói, RJ: EdUFF, 2001.

RODRIGUES, Luiz Augusto F. SILVA, Mariana Leite. Cultura e espacialidade em Niterói: reflexões preliminares. In: **Encontro Brasileiro de Pesquisa em Cultura** (2.: 2014 outubro 15-17...). Rio de Janeiro : Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014. 1 CD-ROM.

SÁNCHEZ, Fernanda ; BIENENSTEIN, Glauco et al. Produção de sentido e produção do espaço: convergências discursivas nos grandes projetos urbanos. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, n. 107, jul/dez 2004. p. 39-56.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo: razão e emoção. São Paulo: HUCITEC, 1999.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço e tempo**: globalização e meio técnicocientífico informacional. São Paulo: HUCITEC, 1997.

SEVCENKO, Nicolau. O desafio das tecnologias à cultura democrática. In: PALLAMIN, Vera (org.) **Cidade e Cultura**: esfera pública e transformação urbana. São Paulo: Estação liberdade, 2002. p. 37-47.

TAYLOR, Charles. A política do reconhecimento. In: TAYLOR, C. et al. **Multiculturalismo**: examinando a política de reconhecimento. Lisboa: Instituto Piaget, 1994. p. 45-94.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010**: Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo, 2011. Disponível em <http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>. Acesso em 17/02/2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. Plano de Trabalho OBEC-RJ. Convênio UFF-MinC. Niterói: 2013.

VICH, Víctor. Desculturalizar la cultura – retos actuales de las políticas culturales. **Latin American Research Review**. Vol. 48, Special Issue, 2013.

ZIZEK, Slavoj. (org.) **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

# Capítulo 5

Direitos culturais e política: as relações entre economia criativa e patrimônio cultural imaterial a partir do caso da Rede Fitovida

*Mário F. de Pragmácio Telles*

*Luã Fergus*

*Anderson Moreira*

## 1. Introdução

O presente artigo é fruto da pesquisa “Direitos culturais na economia criativa: o caso da Rede Fitovida”<sup>43</sup>, que pretende, a partir do marco teórico dos direitos culturais e da economia criativa, analisar como os conhecimentos tradicionais, sobretudo aqueles ligados à medicina popular e à produção de medicamentos caseiros, podem se enquadrar num dos setores criativos dessa nova seara, mais especificamente no “setor criativo do patrimônio cultural”.

## 2. Direitos culturais, marcos legais e a centralidade da propriedade intelectual na economia criativa

A formulação teórica sobre os direitos culturais ainda é bastante incipiente. Destacam-se os trabalhos de Edwin Harvey (2003; 2014), na

---

43 A pesquisa estava inserida num dos eixos/linha de pesquisa do Observatório do OBEC-RJ, denominado Direitos Culturais e Política.

Argentina; Jean-Marie Pontier (1990), na França; Jesús Pietro de Pedro (2011), na Espanha; Yvonne Donders (2011), na Holanda; Patrice Meyer-Bisch (2011), na Suíça; Vasco Pereira da Silva (2007), em Portugal; e Francisco Humberto Cunha Filho (2000), no Brasil, que visam, todos eles, dimensionar o escopo e o conceito dos chamados direitos culturais.

O tema dos direitos culturais vem sendo tratado, internacionalmente, como um “filho pródigo” (PEDRO, 2011, p. 43) ou a “cinderela” (NIEC, 1996, p. 268) dos direitos humanos, tendo em vista ter sido desenvolvido com pouco menos acuro que as demais categorias equivalentes. Assim defende Jesús Pietro de Pedro (2011, p. 43):

Os direitos culturais vivem o paradoxo de ser um conceito de sucesso, mas ao mesmo tempo polêmico e insuficientemente elaborado. De fato, estamos assistindo à instalação dos direitos culturais nos grandes ideais jurídico-políticos atuais, mas uma de suas concretizações, os direitos coletivos, tornaram-se o Cabo da Boa Esperança da crítica liberal. Do ponto de vista doutrinal, os direitos culturais aparecem insatisfatoriamente desenvolvidos, o que os relega à condição de parentes pobres dos direitos humanos. Não faz muito tempo, o especialista Janusz Symonides intitulava assim um trabalho: “Os Direitos Culturais, uma Categoria Negligenciada dos Direitos Humanos”, e o chamado Grupo de Friburgo, colaborador da UNESCO na preparação de uma declaração sobre os direitos culturais, adotou um título similar para o seminário organizado em 1991: “Os Direitos Culturais, uma categoria subdesenvolvida dos Direitos Humanos”.

Patrice Meyer-Bisch (2014, p. 30-31), um dos idealizadores da referida Declaração de Friburgo, adotada em 2007, comenta:

A Declaração não propõe uma definição geral dos direitos culturais. Também não há uma definição estabelecida dos direitos civis, econômicos e sociais. Se essa questão permanece em aberto, é possível, entretanto, partindo da consideração de que a identidade

é o objeto comum dos direitos culturais, propor a seguinte definição: *Direitos culturais designam direitos e liberdades que tem uma pessoa, isoladamente ou em grupo, de escolher e de expressar sua identidade e de ter acesso às referências culturais, bem como aos recursos que sejam necessários a seu processo de identificação, de comunicação e criação* (grifo nosso).

Esse tema, recentemente, ganhou relevância internacional, pois, em 2009, o Conselho dos Direitos Humanos das Nações Unidas estabeleceu o mandato de uma especialista independente sobre direitos culturais – exercido pela socióloga Farida Shaeed – no intuito de: i) identificar as melhores práticas no campo da promoção e da proteção dos direitos culturais [...]; ii) identificar possíveis obstáculos à promoção e da proteção dos direitos culturais [...]; iii) cooperar com os Estados [...], a fim de promover os direitos culturais e apresentar propostas e recomendações [...]; iv) estudar a relação entre os direitos culturais e a diversidade cultural (DONDEERS, 2011, p. 75).

No Brasil, o tema também é bastante recente. Francisco Humberto Cunha Filho (2000), José Afonso da Silva (2001) e, mais recentemente, Rodrigo Vieira Costa (2011) e Allan Rocha de Souza (2012) compõem a doutrina que vem se dedicando a estudar tais direitos, mesmo diante da complexidade de tais estudos.

Na importante obra “A ordenação constitucional da cultura”, José Afonso da Silva (2001, p. 50) exemplifica, a partir da análise da Carta Magna, o seguinte rol de direitos culturais:

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

Francisco Humberto Cunha Filho (2011, p. 125), reconhecendo o papel fundamental que José Afonso da Silva desempenhou ao elencar tais direitos culturais, aponta que “a melhor forma de conhecer direitos e deveres culturais não é a construção de um rol, mas o entendimento de suas categorias, pois a formulação de criação das leis e o caráter programático das normas culturalistas lhes dão feição dinâmica”, sendo, portanto, um trabalho hercúleo atualizar a lista de tais direitos.

Este é um debate que ainda está em aberto. Mas enquanto se enfrenta tal desafio, na expectativa de avanços na sofisticação desse cenário, é indispensável se pensar em garantias para se efetivar os direitos culturais já reconhecidos. Corrobora-se com o pensamento de Cunha Filho (2011, p. 125), que acredita que “tão importante quanto conhecer os direitos culturais é ter ciência do instrumental potencialmente assegurador de sua efetivação: as garantias culturais”. E é por intermédio das garantias, portanto, que se vislumbra uma potencial interface entre o universo dos direitos culturais e as políticas voltadas à economia criativa.

Nesse sentido, apesar de ainda não haver um consenso sobre o conteúdo dos chamados direitos culturais, entende-se que o seu referencial teórico deve assumir uma centralidade nas discussões sobre economia criativa, quiçá como um norteador das políticas voltadas a este setor, coadunando-se com os anseios constitucionais e, sobretudo, na compreensão de que a cultura também é um pilar do desenvolvimento.

Essa reflexão precede os debates jurídicos concernentes aos chamados “marcos legais da economia criativa” ou, também designados, “marcos legais dos setores criativos”, que visam “efetivar mecanismos direcionados à consolidação institucional e instrumentos regulatórios (direitos intelectuais, direitos trabalhistas, direitos previdenciários, direitos tributários, direitos administrativos e constitucionais)” (BRASIL, 2011, p. 41), no intuito de formar um arcabouço jurídico favorável ao desenvolvimento deste setor (BRASIL, 2011, p. 37).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura do Brasil, Plano da SEC (BRASIL, 2011) apresenta, no seu bojo, cinco desafios para a institucionalização das políticas voltadas à economia criativa brasileira. O quinto desafio merece destaque: a “criação/adequação de marcos legais para os setores criativos”<sup>44</sup>, considerando que:

É evidente a ausência de marcos legais tributários, previdenciários, trabalhistas e de propriedade intelectual que atendam às especificidades dos empreendimentos e profissionais criativos brasileiros. Exposições de artes visuais que venham a itinerar no âmbito nacional e internacional são extremamente oneradas por tributos e taxas alfandegárias; o não reconhecimento de determinadas atividades como profissões impede o trabalhador criativo a ter acesso a benefícios e direitos trabalhistas e previdenciários; questões de flexibilização da propriedade intelectual e de regulação do direito de uso de bens e serviços criativos ainda causam polêmica em função da complexidade do tema. (BRASIL, 2011, p. 37)

Inobstante o caráter instrumental desse debate, isto é, o de criar um ambiente jurídico seguro e, conforme menciona o Plano, “favorável” para o setor, é imperioso empreender reflexões que transcendam esse objeto, no sentido de compreender qual o conteúdo, finalidade e, principalmente, quais os princípios norteadores dos direitos envolvidos nos processos criativos?

Acreditamos que os marcos legais da Economia Criativa são importantes, mas não devem encerrar a discussão em si; é necessário compreendê-los à luz de um marco conceitual que identifique e garanta direitos fundamentais, sobretudo no que se refere aos sujeitos envolvidos nesta seara, assim como, não podemos esquecer, à coletividade.

---

44 Os outros quatro desafios são: 1º Desafio - Levantamento de informações e dados da Economia Criativa; 2º Desafio – Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos; 3º Desafio – Educação para competências criativas; 4º Desafio – Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos.

A reflexão proposta neste artigo, vale repetir, não é destinada exclusivamente à solução de gargalos e questões pontuais concernentes aos chamados marcos regulatórios, mas, sim, ao marco teórico da economia criativa, pois, através dessa nova abordagem, retira-se o status meramente instrumental do Direito, passando-se a considerá-lo como um importante pilar na construção conceitual do tema.

Além disso, como será visto adiante, há um debate atual referente ao marco regulatório, que está centralizando boa parte das discussões jurídicas sobre economia criativa, ofuscando questões prementes e precedentes, que são fundamentais para a consolidação de um escopo conceitual sobre a economia criativa brasileira: trata-se do recorrente debate sobre a propriedade intelectual (PI).

Há, como já apontado por Pablo Ortellado (2011), Marcos Wachowicz (2011) e Allan Rocha (SOUZA, 2011), uma clara disputa acerca dos limites da propriedade intelectual, sobretudo dos direitos autorais, nos processos criativos em geral, uma vez que, de um lado, a PI é compreendida como instrumento estratégico para a geração de renda, por outro, está intimamente conectada à garantia de direitos fundamentais consagrados pela Constituição Federal de 1988, tais como o acesso à informação e aos bens culturais.

Essa visão estratégica pode ser verificada, por exemplo, no Relatório da UNCTAD<sup>45</sup> de 2010 sobre Economia Criativa (UNCTAD, 2010, p. 165), que dedica um capítulo exclusivo para analisar a função da propriedade intelectual na economia criativa<sup>46</sup>:

É amplamente reconhecido que qualquer análise da economia criativa deve considerar o papel da propriedade intelectual, que é um ingrediente fundamental para o desenvolvimento das

---

45 Em português, Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento.

46 Importante ressaltar que, ao contrário do relatório da UNCTAD (2010), O Plano da SEC/MinC (BRASIL, 2011) não concentra o debate exclusivamente sobre a PI, abrangendo também outros marcos regulatórios.

indústrias criativas em todos os países. O direito de propriedade intelectual é um instrumento de política importante e faz parte do marco de regulação relacionado às indústrias criativas. Se forem devidamente geridos, eles podem vir a ser uma fonte de receita tanto para os países desenvolvidos quanto em desenvolvimento.

Por outro lado, Allan Rocha de Souza (2011, p. 124) entende que “a propriedade intelectual pode ter grande utilidade na promoção de uma economia criativa sustentável e da inovação, desde que pensada a partir do equilíbrio entre restrição e liberdade, proteção e acesso”. Para esse autor (2011, p. 124), o acesso aos bens culturais é de suma importância para este debate:

O fluxo da riqueza criativa é mais representativo quando pensado em termos de acesso e fruição – criação – difusão, sendo o acesso ao ponto de partida para os demais elos da cadeia econômica. O acesso e a fruição são basilares e fundamentais porque fornecem a matéria prima (referências culturais) para a criação (produção), permitem o desenvolvimento de novos criadores e aperfeiçoamento das técnicas (inovação cultural) e provocam o desejo de fruir destas criações (demanda e consumo), retroalimentando o sistema. São, pois, a porta do sistema. Se quisermos construir um ambiente econômico criativo sustentável é, portanto, a partir do acesso que a revisão dos marcos legais pertinentes deve ser pensada.

Entretanto, enxerga-se um problema epistemológico nesse debate. O embate sobre a PI é de suma importância para este campo – não só especificamente acerca dos marcos regulatórios, mas para o próprio marco conceitual da Economia criativa – mas não deve assumir a centralidade das discussões jurídicas sobre o tema.

Conforme apontado anteriormente, o atual impasse, materializado através da disputa de olhares sobre o papel da PI, sobretudo com o advento das novas tecnologias e do capitalismo cognitivo, está

ofuscando outros temas tão relevantes quanto este. O próprio Allan Rocha de Souza (2011, p. 124) aponta para a necessidade de se investigar outros temas prioritários:

É igualmente importante enfrentar o problema da proteção das expressões culturais tradicionais, que carecem de um marco legal afirmativo de seu valor e condizente com suas realidades. Identificação, catalogação, promoção e difusão das expressões culturais tradicionais, qualificação dos agentes, regulamentação dos direitos e deveres e, principalmente, impedir a sua apropriação privada são prioridades na regulamentação dos usos econômicos destas expressões.

Noutras palavras, malgrado a importância medular da PI, é necessário expandir as investigações para outros assuntos que são indispensáveis para a Economia Criativa, retirando a exclusividade e centralidade que a discussão sobre o tema assumiu neste processo, tendo em vista, acima de tudo, que ele não aponta caminhos ou horizontes para outros feixes de direitos que envolvem esta seara.

### **3. Patrimônio cultural e capitalismo cognitivo: o trabalho da Rede Fitovida e a Economia Criativa**

Segundo o plano da SEC (BRASIL, 2011):

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

Não é raro encontrar, nos documentos e textos oficiais produzidos sobre o tema, a inclusão do patrimônio cultural como um dos setores criativos<sup>47</sup>. Além disso, entre as áreas mais comumente associadas ao exercício da criatividade (artes visuais, design, audiovisual, artes performáticas, gastronomia) encontra-se quase sempre referência ao patrimônio cultural imaterial e às manifestações culturais tradicionais. Algumas questões particularizam os conhecimentos tradicionais dentre os setores criativos, principalmente se levarmos em consideração como se dá o trabalho imaterial contemporâneo no capitalismo cognitivo.

O conhecimento gerado pelos saberes tradicionais, dificilmente considerados como um trabalho formal, existiu e tem resistido contra o seu perecimento durante anos através das mais variadas formas de sociabilidade, afetividade, associativismo, que datam de épocas anteriores aos movimentos sociais dos anos 60 e 70, décadas que foram cruciais para a guinada das relações de trabalho de então, associadas mais facilmente ao trabalho imaterial. Diferentemente do trabalho contemporâneo que também se pauta pelo afeto, pela cooperação, pela horizontalidade, próprias de um capitalismo reativo às manifestações sociais e culturais dos anos 60 e que moldaram novas formas e relações de trabalho (NEGRI & HARDT, 2006), incluindo essas e outras questões que transmutaram o trabalho para fora da disciplina e do chão da fábrica, e que hoje tem na intelectualidade de

---

47 Segundo o Plano da SEC, uma divisão dos Setores Criativos proposta pela UNESCO organiza os setores criativos em duas macrocategorias: os setores criativos propriamente ditos, denominados Setores Criativos Nucleares (A. Patrimônio Natural e Cultural; B. Espetáculos e Celebrações; C. Artes Visuais e Artesanato; D. Livros e Periódicos; E. Design e Serviços Criativos; F. Audiovisual e Mídias Interativas) e os Setores Criativos Relacionados (G. Turismo; H. Esportes e Lazer). Ali na primeira categoria já se incluiu o patrimônio cultural, entretanto, há “a existência dos setores denominados transversais aos anteriores: o setor do patrimônio imaterial considerado tradicional, por ser transmitido por gerações, e vivo, por ser transformado, recriado e ampliado pelas comunidades e sociedades em suas interações e práticas sociais, culturais, com o meio ambiente e com a sua própria história (...)” (BRASIL, 2011, p. 26).

ponta um ambiente criativo que remete aos escritórios internacionais do Google nas principais capitais do mundo, o trabalho praticado pela ancestralidade, com características semelhantes, sempre existiu.

Pensar a inclusão do patrimônio imaterial - o trabalho e conhecimento de nossas ancestralidades - dentro do mesmo bojo desses novos setores criativos pode parecer (e é) um tanto anacrônico.

Diante dessas considerações, indagamos: é possível aproximar o trabalho desenvolvido pelos integrantes da Rede Fitovida do trabalho criativo apregoado pela recente política pública consubstanciada no Plano da SEC, ou seja, podemos considerar o patrimônio imaterial como um legítimo setor criativo?

Ainda que, como veremos, o trabalho praticado pelos integrantes da Rede seja voluntário e os produtos – principalmente os remédios caseiros - sejam distribuídos a preço de custo, os impactos econômicos, sociais e sobretudo culturais nas localidades em que ele se desenvolve são indeléveis. Além dos ganhos econômicos indiretos - que não são facilmente mensuráveis, mas que devem ser incluídos nas pesquisas, como por exemplo, o número de atendimentos que deixam de ser realizados em postos de saúde<sup>48</sup> quando membros da comunidade fazem uso e são atendidos pela medicina popular desonerando gastos públicos nesse setor ou quando os beneficiados não comprometem sua renda com fármacos industrializados de alto custo- há paralelos fundamentais do trabalho desenvolvido pela Rede Fitovida com os princípios norteadores das políticas culturais a serem elaboradas e implementadas pelo poder público, quais sejam, conforme apontado pelo plano da SEC, os princípios da: *diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social* (BRASIL, 2011, p. 33 a 35).

---

48 É emblemático que o ponto de cultura Casa da Memória, sede da Rede Fitovida, funcione no mesmo terreno que um dos principais postos de saúde da região.

Ademais, é possível identificar na dinâmica de funcionamento dos elos de produção<sup>49</sup> dos remédios caseiros - criação, produção, difusão/distribuição, fruição - a importância desse patrimônio imaterial no que diz respeito à transmissão de conhecimento, mais do que o produto em si.

Assim vale tecer algumas considerações sobre o trabalho desenvolvido pela Rede Fitovida, a partir de seus grupos, integrantes e principais produtos desenvolvidos a fim de investigar as relações entre patrimônio cultural imaterial, economia criativa e direitos culturais.

#### **4. A Rede Fitovida: difusão do conhecimento tradicional no estado do Rio de Janeiro**

A Rede Fitovida reúne mais de cem grupos distribuídos no estado do Rio de Janeiro e são responsáveis pela transmissão do saber popular do uso de plantas medicinais e da medicina popular. Trata-se de transmissão de conhecimento tradicional, via de regra matrilinear intergeracional (passado de mães para filhas) e, diferentemente do saber tradicional mais comumente associado a grupos e comunidades tradicionais em regiões mais isoladas, ele se dá predominantemente no contexto urbano, ainda que sob influência da ruralidade.

Esses grupos já atuavam de forma isolada ou com interações pontuais entre si até a constituição da Rede em 2000<sup>50</sup>. O objetivo

---

49 Utilizamos aqui a metodologia incorporada pela Secretaria de Economia Criativa sobre a dinâmica de funcionamento dos elos dos setores criativos (BRASIL, 2011, p. 24), divididos em quatro setores que se retroalimentam: consumo/fruição -> criação -> produção -> difusão/produção -> consumo/fruição.

50 Segundo RODRIGUES (2007, p. 28), “havia muitos grupos que produziam medicamentos com ervas medicinais por meio do trabalho voluntário que não se conheciam e estavam isolados, a partir da identificação desses grupos - feita por Rita de Cássia (moradora de Queimados e que pertencia a um grupo na paróquia local), Marta (médica e homeopata que realizava um trabalho semelhante em São Gonçalo) e Marcos (agrônomo que desenvolvia

principal da constituição da Rede era fortalecer o reconhecimento do trabalho desenvolvido por essas comunidades das periferias e subúrbios fluminense e carioca, evitando assim a criminalização de suas práticas. Nesse sentido a Rede tem buscado a legitimação de suas ações e um dos caminhos encontrados em 2003 foi o Inventário Nacional de Referências Culturais - o INRC, assumindo o IPHAN e o Ministério da Cultura o papel de endossar o trabalho desenvolvido pela Rede Fitovida via inventário e registro, que hoje ainda se encontra em fase de processamento.

Aliado ao engajamento próprio de muitos de seus integrantes, a Rede e o trabalho desenvolvido pelos grupos que a integram foram objetos de alguns estudos e pesquisas cujos resultados também podem ser considerados como legítimas ações de salvaguarda e preservação. Citamos, assim, alguns desses trabalhos que também serviram como base de dados e referência bibliográfica para a presente pesquisa. Realizados por pesquisadoras em diferentes momentos, cada um deles aborda um viés particular da Rede Fitovida. O trabalho de Marcelle Felipe (FELIPPE, 2014) apresenta a proposta de um mapa cultural online da Rede Fitovida<sup>51</sup> como ferramenta de comunicação, divulgação e reconhecimento destes grupos para a sociedade; Mariana Leal Rodrigues (RODRIGUES, 2007) analisa os aspectos culturais de um dos grupos que integram a Rede - o Grão de Mostarda - observando nela (e nas redes de troca das quais participa) a constituição de um movimento social reivindicatório que demanda o reconhecimento do Estado pelo saber que as mulheres que integram a Rede detém; já o trabalho de Patrícia Peralta (PERALTA, 2012) avalia a pertinência da utilização dos instrumentos de proteção da propriedade intelectual sobre o conhecimento tradicional, notadamente a possibilidade do uso da marca

---

projetos de agricultura urbana com comunidades de baixa renda) - organizaram cursos e encontros que resultaram na formação da Rede em 2000”.

51 Mapa Cultural da Rede Fitovida na Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro. Site: <http://marcelleverdejar.wix.com/maparedefitovida>

coletiva como forma de apropriação dos integrantes da Rede Fitovida do conhecimento detido por eles acerca do uso de plantas medicinais.

Em 2007, foi contabilizada a existência de 108 grupos participantes da Rede Fitovida - predominantemente formados por mulheres com idade maior que 60 anos e pertencentes às classes populares. Esses grupos se reúnem periodicamente para trocar receitas e produzirem medicamentos à base de ervas. A produção dos fitoterápicos se dá em “salas” e “cozinhas” comunitárias, em geral em espaços cedidos por igrejas católicas e evangélicas, ainda que a rede seja um movimento que se afirme não-religioso e apartidário, medidas que garantem a não interferência na autonomia dos grupos. Semestralmente, esses grupos se reúnem nos chamados Encontros de Partilha<sup>52</sup>, em que trocam experiências e debatem as questões mais importantes que atravessam as atividades que realizam (RODRIGUES, 2007, p. 22, 38).

Assim, a Rede Fitovida articula a valorização do conhecimento popular com a organização em rede e horizontalidade (não há uma coordenação geral, mas uma gestão participativa com representantes de cada regional da Rede), ambas características do trabalho contemporâneo conforme visto anteriormente. Segundo Rodrigues (2007), a Rede também se pauta pela colaboração e pelo associativismo, caracterizando-se como um movimento social que promove a democratização de serviços à saúde, propõe uma outra relação com a representação da natureza (“só dá o que precisa”), promove a valorização e a reinserção da velhice na vida produtiva (não a considerando apenas como o que dá despesa

---

52 Como forma de favorecer a troca de conhecimento, articular os grupos entre si e debater sobre suas necessidades, a Rede promove dois tipos de encontros que reúnem cerca de 100 participantes de diferentes regiões do estado. O Encontro de Partilha Estadual ocorre uma vez a cada seis meses, e tem como objetivo principal a troca de experiências (já foram temas desses encontros: legalização das atividades, produção orgânica, reconhecimento de plantas, etc.). Já o Encontro é realizado uma vez por ano, dura dois dias e discute questões estratégicas para a Rede. A formação da Rede, o INRC e a elaboração de cartilha de princípios já foram temas dos Encontros (RODRIGUES, 2007, p. 35).

para a seguridade social nem apenas como nicho de mercado), sendo também uma rede de solidariedade feminina e feminista<sup>53</sup>.

Convém destacar que os remédios caseiros que são produzidos pelos grupos são distribuídos a preço de custo e o trabalho desenvolvido pelos seus integrantes é voluntário, baseando-se num complexo sistema de trocas. Segundo Rodrigues (2007, p. 38 e 39):

Os produtos circulam quando os integrantes os levam para outros grupos ou feiras em outras igrejas e festas. Embora seja possível compreender o sistema de doação e venda de medicamentos sob o ponto de vista puramente econômico e utilitário, essa explicação sozinha não é suficiente. Os produtos distribuídos e comercializados pela Rede possuem uma função utilitária clara, afinal, são medicamentos. E ainda apresentam uma “vantagem” na relação custo-benefício, pois são mais baratos que remédios semelhantes industrializados (fitoterápicos com extratos da mesma planta) e a medicação alopática.

No entanto, pensar essa cadeira produtiva apenas sob seu viés econômico não considera as variáveis do componente cultural do processo. De acordo com Rodrigues (2007, p. 33):

Explicar o hábito da população em consultar as erveiras, benzedeiros e parteiras somente como uma alternativa mais

---

53 Ainda que Rodrigues (2007, p. 118) indique em seu trabalho que no grupo Grão de Mostarda o processo de envelhecimento permita que essas mulheres “construam uma nova visão de mundo sobre os papéis de gênero, a partir de sua própria experiência, e vivenciem novas identidades no espaço público já que a demanda pelas tarefas de cuidadora doméstica diminui”, sugerindo que a “articulação em Rede e a reivindicação do reconhecimento de suas atividades extrapolam limites locais, propondo um novo estatuto para as mulheres das camadas populares que fazem uso de medicina natural”, em detrimento da ideia de que os setores urbanos pobres são os mais apegados aos valores tradicionais, onde a realização feminina se cristaliza no casamento e na maternidade”, essa não é a visão atual compactuada por todos seus integrantes. Aquela pesquisa assim como essa não tem como objetivo analisar as questões de gênero na Rede, apesar de evidenciar a presença majoritária de mulheres que se incluem na vida produtiva pelo trabalho desenvolvido na Rede Fitovida a despeito de sua vida doméstica.

barata e acessível do que a medicina tradicional, ou como uma prática de camponeses pobres, iletrados e ignorantes, é reduzir sua complexidade a uma perspectiva instrumental e econômica que não leva em conta a prática da medicina popular com parte da cultura.

O foco do trabalho não é a busca pela cura nem a produção e comercialização de medicamentos caseiros feitos à base de plantas com propriedades medicinais. O que a Rede Fitovida reivindica (RODRIGUES, 2007, p. 25) é a legitimação de seu ofício, com o reconhecimento do saber popular do uso de plantas com propriedades medicinais como patrimônio imaterial e isso tem sido possível, como vimos, pela via cultural, na medida em que isso não tem sido incorporado propriamente pelas políticas públicas de saúde. A situação se agrava porque as atividades praticadas pelos integrantes da Rede também podem ser consideradas como atividade ilícita ou mesmo crime de acordo com o Código Penal Brasileiro.

## **5. Agentes de conhecimento tradicional e os produtos culturais de uso tradicional**

A partir da revisão da bibliografia e das experiências advindas do contato com representantes ou integrantes de alguns dos grupos que integram a Rede, em decorrência da pesquisa de campo, analisamos os produtos que são concebidos através do conhecimento tradicional do uso de plantas com propriedades medicinais, que podem ser considerados como bens culturais de natureza imaterial. Investigamos, assim, os produtos que são elaborados pela Rede, tais como, xaropes, tinturas, pomadas, garrafadas, sabonetes, dentre outros, sob

a perspectiva da dinâmica de funcionamento de seus elos: criação, produção, difusão/distribuição, consumo/fruição<sup>54</sup>.

Como o número de grupos envolvidos na Rede é elevado e obedecem a uma divisão territorial diversa da repartição administrativa adotada pelo poder público estadual do Rio de Janeiro, optamos por utilizar o recorte territorial próprio da Rede<sup>55</sup>, ao invés de observar a divisão oficial. Isso se justifica porque a proposta de divisão territorial da Rede pode evidenciar características particulares, como, por exemplo, na forma como se organizam.

Assim sendo, a conformação territorial do Rio de Janeiro compreendida pela Rede Fitovida está assim definida de modo geral em cinco regiões (NOGUEIRA, 2013, p. 28-29): região sul, região baixada, região metropolitana, região serrana e região norte; que difere das oito regiões administrativas oficiais do estado do Rio de Janeiro: região metropolitana, região noroeste fluminense, região norte fluminense, região serrana, região das baixadas litorâneas, região do médio paraíba, região centro-sul fluminense, região da costa verde<sup>56</sup>.

---

54 Utilizamos essas categorias que correspondem aos elos produtivos elencados pelo Plano da SEC (BRASIL, 2011, p. 24). A importância dessa escolha é não só para demonstrar a importância dos diversos atores que compõe a dinâmica de funcionamento dos seus elos, mas também fornecer uma base comparativa da produção da Rede Fitovida com a produção de outros setores da Economia Criativa.

55 A pesquisa de campo realizou as seguintes visitas: a) o Grupo Grão de Mostarda - e o preparo da pomada cicatrizante, realizado no município de Belford Roxo, localizado na região da baixada fluminense; b) a oficina de Queimados - e o preparo da pomada milagrosa, realizada no município de Queimados, também localizado na região da baixada; c) a Sala Saúde pela Natureza - e o preparo da garrafada, realizada no município de Campo Grande, localizado na região metropolitana; d) Encontro de partilha Regional de São Gonçalo, região metropolitana; e) Encontro Estadual de Partilha realizado em São Francisco de Itabapoana, região norte; e) Visita ao sítio do seu Damásio, agente do conhecimento tradicional no município de Sumidouro, Região Serrana. A única região que não foi contemplada pela pesquisa foi a região sul.

56 Fundação CEPERJ. Mapa – Estado do Rio de Janeiro (Mapa oficial). Rio de Janeiro, 2014.

Sede da Rede Fitovida no Município de Belford Roxo, região baixada, RJ.



Foto: Anderson Moreira

A partir do contato inicial com as principais articuladoras da Rede em junho de 2014, Regina Abreu e Elizabeth Marins, foram traçadas algumas rotas de investigação das práticas e dos produtos resultantes. Como foi dito, nosso foco são os produtos que circulam entre seus integrantes e atendem a comunidade em geral, mas também estão abrangidas nesse trabalho, via reflexa, a dimensão simbólica complexa do processo de preparo desses produtos, incluindo aí os rituais, festas, celebrações e reuniões. Ainda que sejam produzidos remédios caseiros, que são vendidos a preço de custo, o objetivo maior da Rede não é propriamente a produção desses medicamentos ou mesmo a busca da cura de enfermidades diversas. Como já mencionado anteriormente, o principal trabalho desenvolvido pelos grupos que integram a Rede é a *transmissão*

*desse conhecimento a respeito das plantas medicinais e da medicina popular.* A Rede, inclusive, se organiza em Encontros de Partilha, como foi dito, e, periodicamente, realizam oficinas em que outras pessoas podem aprender o ofício do preparo dos remédios caseiros.

Aliás, são nas oficinas de preparo de remédios, xaropes, pomadas, dentre outros produtos, que comumente identificamos a dinâmica de funcionamento do arranjo produtivo de medicamentos caseiros. Nessas ocasiões, quase todos os elos da cadeia produtiva são identificáveis. Uma das saídas a campo foi o acompanhamento de um encontro (oficina) para a **produção** de xaropes e pomadas realizado no município de Queimados na região baixada, no final de julho de 2014. Durante a nossa estadia presenciamos a dinâmica da difusão e transmissão dos conhecimentos entre os participantes provenientes de grupos diversos e da comunidade em geral, seja no que diz respeito ao reconhecimento de plantas, ao conhecimento do histórico de ofícios correlatos ao preparo de medicamentos caseiros ou de antigos mestres desse saber, assim como os aspectos técnicos de extração das substâncias com propriedades curativas e a elaboração dos remédios propriamente ditos.

Sendo o conhecimento tradicional mutável e dinâmico, isto é, um saber que não é estanque e que se renova constantemente, é característica da **criação** desses produtos o contato com pessoas de diferentes ancestralidades, não sendo exequível identificar a origem da utilização de determinada planta a não ser em sua diversidade cultural.

Oficina de produção de xaropes e pomadas  
no município de Queimados, região baixada, RJ.



Foto: Anderson Moreira

Assim, constatamos que eles mesmos - integrantes da Rede - são responsáveis pela **difusão/distribuição** dos medicamentos caseiros e dos conhecimentos que lhe são adjacentes. Durante um dia inteiro, os membros da Rede produzem e ensinam a produzir os remédios caseiros e distribuem, ao final, os preparos entre os participantes. No caso do encontro que presenciamos nesse dia, foi separada uma cota de medicamentos para a Pastoral da Criança, sendo renovado parte do estoque para o atendimento à comunidade, bem como foram distribuídos entre os participantes os produtos remanescentes, proporcionando, resalte-se, o **consumo/fruição** dos bens culturais produzidos por todos os presentes. Vale destacar que presenciar a oficina, além de nos ajudar a perceber a dinâmica de funcionamento de seus elos, foi um convite a integrar também a vida cultural de seus participantes, seja

na celebração de agradecimento seja no almoço coletivo que também foi produzido no local, ressaltando a importância da Rede Fitovida no fortalecimento da sociabilidade entre seus integrantes.

O trabalho desenvolvido pela Rede Fitovida, a partir do conhecimento tradicional, salientamos, envolve diversos bens culturais - aqui considerados todos os remédios caseiros, assim como outros ofícios a eles relacionados, como os das rezadeiras, parteiras e benzedadeiras. Entretanto, tais ofícios foram excluídos de nossa análise, recortando-se a investigação aos produtos culturais, isto é, aos xaropes, às tinturas, às pomadas, às garrafadas e aos sabonetes, como dissemos, para tentar compreender a dinâmica de funcionamento dos elos de sua economia.

*Produto cultural de uso tradicional* – remédio caseiro do estoque do Grupo Grão de Mostarda, Belford Roxo, região baixada, RJ.



Foto: Anderson Moreira

O registro do contato com os grupos e das trocas de experiências foi realizado por intermédio do audiovisual, não como uma metodologia propriamente dita, mas como documentação<sup>57</sup> das práticas por meio de fotografias e gravações em áudio e vídeo. Essas ações mediaram as relações que travamos com os grupos e com as pessoas envolvidas nas práticas da Rede. Para a equipe de pesquisadores subscritores do presente artigo, esse projeto ofereceu uma oportunidade única de trabalhar em proximidade com portadores de conhecimentos tradicionais, possibilitando não só o aprendizado sobre o uso e as histórias associadas a essas plantas, mas também sobre como os grupos se organizam para desenvolver esse trabalho, percebendo, ainda, de que forma essas relações impactam sobremaneira a vida de seus integrantes.

Dentre as questões suscitadas pelos integrantes dos grupos está a demanda pelo reconhecimento do trabalho que eles realizam, voluntariamente, a fim de afastar a criminalização de suas práticas. Ainda que no próprio âmbito do Sistema Único de Saúde, SUS, exista, desde 2006, a Política de Práticas Integrativas e Complementares e também, através do Decreto n.º 5.813, de 22 de junho de 2006, a Política Nacional de Plantas Medicinais e Fitoterápicos, cuja diretriz 10 busca “promover e reconhecer as práticas populares de uso de plantas medicinais e remédios caseiros”, ainda subsiste entre alguns dos integrantes o receio de que a atividade por eles praticada seja considerada ilegal.

---

57 O documentário produzido, como produto audiovisual, tem a possibilidade de expandir o conhecimento sobre a Rede Fitovida para além da comunidade acadêmico-científica. O primeiro corte do filme já foi entregue aos integrantes da Rede. Com esse efeito devolutivo da pesquisa esperamos que o filme possa ser exibido nos futuros encontros. O filme encontra-se disponível online no site do OBEC-RJ.

Com base nisso, produzimos um documentário<sup>58</sup>, cuja narrativa proposta articula as vivências da Rede Fitovida, a partir de um de seus produtos - os remédios caseiros - para evidenciar o pluralismo cultural, o associativismo e a sustentabilidade inerentes à Rede. Partimos de objetos materiais para discutir essas questões, registrando as **plantas medicinais** e o cuidado na sua coleta em hortas sustentáveis; as **panelas** no fogo das cozinhas coletivas, que remetem à dimensão comunitária da produção dos remédios; e os **produtos** que são colocados em circulação atendendo às camadas populares. Além disso, como já referido, acompanhamos os encontros da Rede para compreender como se dá a transmissão do conhecimento tradicional e a luta para que ele se mantenha vivo, considerando a criminalização de algumas dessas atividades pelo nosso Código Penal, tais como exercício ilegal da medicina e arte farmacêutica, charlatanismo e curandeirismo<sup>59</sup>.

---

58 SINOPSE: O documentário é sobre a importância da Rede Fitovida na transmissão do conhecimento tradicional e saber popular do uso de plantas medicinais e da medicina popular e retrata aspectos do dia a dia das pessoas e grupos que integram a Rede. FICHA TÉCNICA. Título original: Sobre plantas e partilhas: a Rede Fitovida. Gênero: Documentário. Tempo de duração: 25 minutos. Ano: 2015. Direção: Anderson Moreira. Roteiro: Anderson Moreira e Carlos Calenti. Câmera: Anderson Moreira, Tati Hauer, Marina Borck. Som: Anderson Moreira, Luã Fergus, Carlos Calenti. Produção: Anderson Moreira, Mário Pragmácio, Carlos Calenti. Coordenação de Pesquisa: Mário Pragmácio.

59 **Exercício ilegal da medicina, arte dentária ou farmacêutica.** Art. 282 - Exercer, ainda que a título gratuito, a profissão de médico, dentista ou farmacêutico, sem autorização legal ou excedendo-lhe os limites: Pena - detenção, de seis meses a dois anos. (...) **Charlatanismo.** Art. 283 - Inculcar ou anunciar cura por meio secreto ou infalível: Pena - detenção, de três meses a um ano, e multa. **Curandeirismo.** Art. 284 - Exercer o curandeirismo: I - prescrevendo, ministrando ou aplicando, habitualmente, qualquer substância; II - usando gestos, palavras ou qualquer outro meio; III - fazendo diagnósticos: Pena - detenção, de seis meses a dois anos. Parágrafo único - Se o crime é praticado mediante remuneração, o agente fica também sujeito à multa.

Bastidores do documentário *Sobre Plantas e Partilha: a Rede Fitovida (2015)*, Encontro Estadual de Partilha, São Francisco de Itabapoana, região norte, RJ.



Foto: Tati Hauer

Com isso, investigamos como os direitos culturais são tratados nas relações que envolvem o trabalho da Rede Fitovida, não só no que se refere à propriedade intelectual coletiva, mormente da apropriação indevida dos conhecimentos tradicionais desses grupos e sua regulamentação, que já vem sendo objeto de estudo por algumas entidades e estudiosos, mas, sobretudo, no que tange aos demais marcos legais estruturantes da Economia Criativa. Assim, a partir desse caso, foi possível apontar, a partir dessa manifestação cultural tradicional, que novos marcos legais são oportunos para os grupos integrantes da Rede, nas mais diferentes áreas, tais como: trabalhistas, previdenciários, criminais, vigilância sanitária, saúde pública, dentre outras.

A rede compreende que é a partir do reconhecimento “oficial” de suas práticas como patrimônio cultural que esse conhecimento tradicional pode se perenizar, ainda que remanesça uma certa insegurança jurídica para o trabalho que eles desenvolvem. Essa é, por exemplo, uma questão crucial no que diz respeito aos marcos legais da economia criativa e que, inclusive, extrapolam a seara dos direitos de propriedade intelectual, como referido no início desse trabalho. Mas não só isso: dizem respeito a um instrumento específico da política cultural preservacionista - o INRC - e de como essas políticas de Estado, mais que a legislação em si, podem ser de fato responsáveis por garantir os direitos culturais, aqui compreendidos em sua ampla dimensão, como o direito de criação cultural, de liberdade de manifestação cultural e de preservação do patrimônio cultural.

Considerando que o conteúdo “criativo” do trabalho preconizado pelos integrantes da Rede se enriquece justamente pelas relações e sociabilidades em que ele se dá, as regras disciplinadoras das agências de saúde são pasteurizadoras das diferenças culturais inerentes aos grupos que o desenvolve. Um Estado dotado apenas desse viés sanitarista desconsidera a riqueza pluridimensional que aqui apontamos. Nesse sentido, vale destacar o protagonismo dos grupos e dos integrantes da Rede no que diz respeito à elaboração do INRC, e que respalda, inclusive, a adoção da terminologia “agentes do conhecimento tradicional” e “produto cultural de uso tradicional” em detrimento da utilização simplificadora e reducionista de “curandeiras” e “remédios caseiros”.

*Agente do conhecimento tradicional, Seu Damásio, atende a zona rural do município de Sumidouro, região serrana, RJ.*



A Rede Fitovida se concentra e atende o público de regiões onde geralmente o acesso à saúde é mais precarizado, seja porque se direciona a população de baixa renda, seja porque seus grupos estão localizados fora das regiões onde se encontra a maior parte da assistência médica convencional. Porém, mais que distribuírem preparações medicamentosas a preço de custo, a Rede promove uma transformação na vida cotidiana de seus integrantes e nas comunidades em que atua, especialmente na dos mais velhos. Segundo Rodrigues (2007, p. 24), a partir do trabalho que suas integrantes desenvolvem na Rede Fitovida “elas ressignificam o processo de envelhecimento, combatendo os estigmas de inutilidade, doença e degeneração física e mental aos quais esta etapa da vida é associada”.

Flávia Lages de Castro (coord.)  
Mário F. de Pragmácio Telles (coord.)

### Preparo de Xarope, Visita à Sala de Saúde pela Natureza, Campo Grande, região metropolitana, RJ



### Estoque de xaropes e tinturas da Sala de Saúde pela Natureza



Integrante corta o umbigo de banana de propriedades cicatrizantes



Estimular o reconhecimento e desenvolvimento apropriado dos produtos originados a partir do conhecimento tradicional dos detentores do saber acerca de plantas medicinais, valorizando-os em seu trabalho, pode contribuir para melhorar as oportunidades dos integrantes dos grupos em viver e trabalhar em suas próprias terras (CLAUDIE, 2012, p. 30), ainda que os ganhos econômicos não sejam facilmente aferíveis ou que sejam indiretos. Ademais, no que diz respeito à transmissão do saber tradicional, aqui compreendido como patrimônio cultural, esse estímulo ao desenvolvimento pode contribuir para que os mais jovens habitantes dessas zonas possam aprender sobre seus recursos naturais e oferecer uma alternativa de vida àquelas restritas nos grandes centros urbanos.

## **6. Considerações finais**

O presente trabalho apresentou reflexões iniciais sobre o papel dos direitos culturais no marco conceitual da economia criativa. Pretendemos, inicialmente, demonstrar que o debate acerca da propriedade intelectual deve sofrer um descentramento – sem retirar-lhe a importância estratégica na discussão – no intuito de dar margem ao

surgimento de um norteador para os demais feixes de direitos envolvidos no processo criativo; uma espécie de farol. Com isso, buscamos um realocamento dos direitos culturais como um elemento central das discussões jurídicas sobre Economia Criativa, que norteará, doravante, o debate acerca dos marcos legais e regulatórios desta seara.

Com esse trabalho também procuramos desenvolver as seguintes questões, tendo em vista a transversalidade dos seus temas: direitos culturais, economia criativa e patrimônio imaterial. A primeira delas é investigar se/como o saber tradicional pode ser considerado como Economia Criativa. Para responder essa pergunta, recorreremos à dinâmica de funcionamento de seus elos e também a seus princípios norteadores (diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social) esboçados no Plano da SEC. Diante disso, fazemos a seguinte provocação: se nas atividades que envolvem a Rede Fitovida estão configuradas todos os elos da cadeia produtiva e também todos os princípios norteadores, mesmo não havendo produção de lucro e envolvendo trabalho voluntário pode esse patrimônio cultural imaterial ser considerado economia criativa? Quais são os impactos econômicos que se quer investigar e mensurar?

No caso estudado, como frisamos, os integrantes da Rede reforçam o princípio ético da não obtenção de lucro (RODRIGUES, 2007, p. 24) e o trabalho que envolve a produção é majoritariamente voluntário. Os dados que obtivemos diz respeito a potência cultural de uma prática oriunda de um saber tradicional que se atualiza constantemente, que considera a sabedoria popular e inclui a velhice na vida produtiva a partir de espaços de sociabilidade em que são fabricados os seus produtos. Para que esse ciclo sobreviva e se renove é necessário o reconhecimento dessa prática pelo Estado que, sob a égide de um anacrônico Código Penal, ainda considera a atividade da Rede Fitovida como ilícita e, não raro, como crime.

Para pensar e avaliar a dimensão que se quer dar para a Economia Criativa no Brasil, principalmente no que diz respeito ao “Setor Criativo” do Patrimônio Cultural, vale também questionar se essa política cultural não deveria se adequar ainda mais à realidade brasileira, considerada em suas múltiplas configurações, que, muitas vezes ultrapassa o conceito meramente “econômico”, mas incluem formas antigas e novas de se relacionar com o patrimônio cultural imaterial, promovendo-o e fortalecendo-o.

Afinal, tal como induzido por meio do ponto de cultura ou especificamente por meio do INRC, como uma política cultural específica poderia se servir de instrumentos para garantir e facilitar o desenvolvimento dos saberes tradicionais?

Nesse sentido, retomamos aos direitos culturais e, mais que isso, a necessidade de garantir e assegurar a existência desses direitos. Considerando que as atividades da Rede Fitovida perpassam por uma miríade de direitos e que são atividades de natureza *sui generis*, por lidarem com uma produção de remédios caseiros através do conhecimento intergeracional e que só se concretizam se houver esses espaços/tempos específicos para sua produção, num terreno que valorize seu conhecimento tradicional, os marcos legais em construção dessa Economia Criativa não deveriam também trazer para sua discussão esses outros dados que são levantados por manifestações culturais tradicionais, para além dos contumazes números de público, de renda, de faixa salarial e de inserção no mercado de trabalho?

Acreditamos que o que está em discussão, nessa recente construção conceitual tanto dos direitos culturais quanto da Economia Criativa é o que se quer abarcar e para que lado a balança tende a pesar. Se levarmos em consideração o espectro abrangente dos direitos culturais previstos constitucionalmente, o escopo da Economia Criativa, inclusive no que diz respeito ao levantamento de dados, deveria também buscar uma maior amplitude e aprimoramento do seu repertório.

## Referências

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas diretrizes e ações**, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.

CLAUDIE, David J; SEMPLE, Susan J.; SMITH, Nicholas M; SIMPSON, Bradley S. Ancient but New: Developing Locally Driven Enterprises Based on Traditional Medicines in Kuuku l'yu Northern Kaanju Homelands, Cape York, Queensland, Australia. In: **Indigenous people's innovation : intellectual property pathways to development**. Canberra, Australia: ANU e Press, 2012.

COSTA, Rodrigo Viera. **A dimensão constitucional do patrimônio cultural – o tombamento e o registro sob a ótica dos direitos culturais**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Direitos culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro**. Brasília: Brasília Jurídica, 2000.

\_\_\_\_\_. Direitos Culturais no Brasil. **Revista Observatório Itaú Cultural** / OIC n.11 (jan./abr. 2011) – São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

DONDRES, Yvonne. A cinderela encontra seu príncipe – especialista em dependente no campo dos direitos culturais. **Revista Observatório Itaú Cultural** / OIC n.11 (jan./abr. 2011) – São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

FELIPPE, Marcelle Ribeiro. **Mapa Cultural da Rede Fitovida na região metropolitana do Estado do Rio de Janeiro** (monografia). Nilópolis: IFRJ, 2014.

HARVEY, Edwin R. **La financiación de la cultura y de las artes: Iberoamérica en el contexto internacional** (instituciones, políticas públicas y experiencias). Madri: Datautor, 2003.

\_\_\_\_\_. **Los derechos culturales** - Instrumentos normativos internacionales y políticas culturales nacionales. Disponível em: < <http://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/CESCR/Discussions/May2008/EdwinRHarvey.pdf>>. Acesso em 10 jul. 2014.

LEITÃO, Andreza Barreto, GANTOS, Marcelo Carlos. Economia Criativa no Brasil: Trajetória, Debate e Institucionalização de um Conceito. In: **Revista Agenda Social**, V. 8, número 1. Disponível em: <[http://www.revistaagendasocial.com.br/files/journals/Revistas/REVISTA\\_AGENDA\\_SOCIAL\\_V8\\_N1.pdf](http://www.revistaagendasocial.com.br/files/journals/Revistas/REVISTA_AGENDA_SOCIAL_V8_N1.pdf)>. Acesso em: 25 ago. 2014.

MEYER-BISCH, Patrice; BIDAULT, Mylène Bidault (orgs). **Afirmar os direitos culturais – comentário à declaração de Friburgo**. Editora Iluminuras, 2014.

NIEC, H (ed.). **Cultural rights and wrongs – a collection of essays in commemoration of the 50<sup>th</sup> anniversary of the Universal Declaration of Human Rights**. Paris: UNESCO publishing, 1998.

NEGRI, Antônio & HARDT, Michael. **Império**. 8. Edição. Rio de Janeiro: Record, 2006.

ORTELLADO, Pablo. O direito autoral como instrumento regulatório da economia criativa. In: BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.

PEDRO, Jésus Prieto de. Direitos culturais, o filho pródigo dos direitos humanos. **Revista Observatório Itaú Cultural / OIC n.11** (jan./abr. 2011) – São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

PERALTA, Patrícia. **Rede Fitovida: Estratégias de reconhecimento e proteção do seu conhecimento: Estudo de caso sobre a Rede Fitovida e as possibilidades de uso da propriedade intelectual**,

**mais especificamente a marca coletiva, como forma de proteção do conhecimento acerca do uso de plantas medicinais (relatório de pesquisa).** Relatório de pesquisa apresentado ao Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) da UFRJ - Rio de Janeiro, 2012.

PONTIER, Jean-Marie; RICCI, Jean-Claude; BOURDON, Jacques. ***Droit de la culture***, Paris: Dalloz, 1990.

RODRIGUES, Mariana Leal. **Mulheres da Rede Fitovida: ervas medicinais, envelhecimento e associativismo (dissertação)**. Rio de Janeiro: UERJ, 2007, 163p.

NOGUEIRA, Suzana; Corrêa, Rômulo; da Silva, Viviane R. **Sementes: Agentes do conhecimento tradicional da Rede Fitovida**. Rio de Janeiro: Publit, 2013.

SOUZA, Allan Rocha de. **Direitos culturais no Brasil**. Rio de Janeiro: Azougue, 2012.

\_\_\_\_\_. Os marcos legais da Economia Criativa. In: BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.

SILVA, José Afonso da. **Ordenação constitucional da cultura**. São Paulo: Malheiros, 2001.

SILVA, Vasco Pereira da. **A cultura a que tenho direito: direitos fundamentais e cultura**. Lisboa: Almedina, 2007.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010 – ECONOMIA CRIATIVA: UMA OPÇÃO DE DESENVOLVIMENTO VIÁVEL**. Unctad (Conferência das Nações Unidas para o Comércio o Desenvolvimento), 2010. 393 p.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura** – usos da cultura na era global. Belo Horizonte: editora UFMG, 2004.

WACHOWICZ, Marcos. A construção de um Marco Regulatório para a Economia Criativa no Brasil. In: BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.



# Capítulo 6

“O abre alas, que eu quero passar<sup>60</sup>”: Contribuições para Pensar a Economia da Festa através do Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro

*Marina Bay Frydberg*

*Rebeca Eler de Carvalho Eiras*

## 1. Introdução

O tema da festa foi estudado de modo significativo pelas ciências humanas e sociais. Esses estudos buscavam entender o significado da festa para diferentes sociedades (MAUSS, 2003; BOAS, 2004) e em diferentes tempos (BAKHTIN, 2010; BURKE, 2010). As pesquisas pensavam geralmente a festa a partir de dois enfoques: festa como espaço ritual e festa como espaço de lazer e sociabilidade em oposição ao tempo do trabalho. Nestes estudos a festa era pensada como um tempo fora do tempo do cotidiano, um mundo de sociabilidade em oposição ao mundo do trabalho.

Entendendo a festa como espaço ritual e de prática de sociabilidade, propomos estudar o circuito e a organização dos blocos carnavalescos na cidade do Rio de Janeiro para poder problematizar a importância simbólica e econômica destas manifestações. A partir de

---

60 Trecho da música “O abre alas”, composta por Chiquinha Gonzaga em 1889, considerada com a primeira marchinha de carnaval da história.

uma etnografia, busca-se entender como se estruturam o comércio de bens culturais, na sua articulação entre práticas de sociabilidade e de formação de identidades; processos de patrimonialização e debates em torno de formas específicas de performativizar a brincadeira carnavalesca; possibilidades políticas de apropriação do espaço público através da festa e esquemas de rentabilidade econômicos.

O carnaval de rua é um ambiente privilegiado de interação, criação e reafirmação de identidades. Inseridos em uma recente valorização desta forma de brincar o carnaval, os blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro se veem em meio a uma discussão sobre a necessidade de profissionalização, a falta de incentivo do poder público e o crescente interesse de empresas privadas. Busca-se, assim, elaborar as raízes históricas da brincadeira carnavalesca para entender o *boom* que o carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro vem vivendo desde o início do século XXI. Compreender a vitalidade da brincadeira carnavalesca dos blocos de rua no Rio de Janeiro é entender a festa como formadora de identidades e sociabilidades específicas para além do calendário do carnaval. Pretende-se, assim, problematizar as tensões entre a comercialização/mercantilização da/na festa e a sua patrimonialização/retradicionalização, tensão estruturante do carnaval de rua no Rio de Janeiro hoje.

## **2. “Quem não chora não mama”<sup>61</sup>: Breve História do Carnaval**

A tradição de se brincar o carnaval foi trazida para o Brasil pelos portugueses através do entrudo e ganhou força a partir da vinda da família real em 1808. O entrudo era um conjunto de brincadeiras e folguedos realizados nos quarenta dias antes da Páscoa. Manifestação popular que consistia em atirar nas pessoas objetos que sujassem e molhassem,

---

61 Trecho da música “Marcha do Cordão da Bola Preta”, composta por Nelson Barbosa e Vicente Paiva.

como por exemplo, bexigas, gesso ou farinha (GÓES, 2013). O mais conhecido objeto da brincadeira do entrudo eram os “limões de cheiro”, ou seja, bexigas com água ou líquidos perfumados, que podiam ser substituídos por produtos menos nobres como urina (FERREIRA, 2013).

O carnaval popular do entrudo passa a ser visto, a partir do início da década de 1840, como sujo e desordeiro pela elite que inspirada no modelo de carnaval europeu, mais especificamente veneziano, passa a brincar a festa carnavalesca em bailes de máscaras (GÓES, 2013). A partir da segunda metade do século XIX o carnaval passa a ser festejado através das sociedades carnavalescas, organização de pessoas de classe média e alta, que desfilavam fantasiadas, com carros e bandas de música. Foi no início do século XX que apareceram os corsos, desfiles de carros, com uso de fantasias que surgidos no Rio de Janeiro rapidamente serviram de modelo para a elite de diferentes cidades do Brasil. Todas estas formas de brincar o carnaval passaram a ser conhecidas, segundo Queiroz (1999), como *Grande Carnaval*, distinção entre um carnaval popular e a maneira de brincar da elite.

Enquanto a elite construía seu carnaval inspirada em recriações de modelos europeus da festa, as camadas populares, que nos festejos da elite tinha o papel de espectador, criaram novos modelos para aproveitar a festa. Inspirados pelas sociedades carnavalescas, as classes populares passaram a se organizar em blocos, cordões e ranchos. Nascia, então, o *Pequeno Carnaval*, considerado pela elite menos civilizado que o *Grande Carnaval* (QUEIROZ, 1999). Os ranchos, blocos e cordões podem ser pensados como permanências de festejos religiosos. Os ranchos além de sucesso nas classes populares passam a ser um modo de brincar o carnaval também de uma parcela da intelectualidade (GÓES, 2013), considerados, em comparação com blocos e cordões, expressões carnavalescas mais organizadas.

No final da década de 1920 surgiram as primeiras escolas de samba. Pode-se pensar nas escolas de samba como uma síntese de todas essas outras formas de brincar o carnaval. A primeira escola de

samba nasceu no bairro do Estácio de Sá, em 1928, e foi batizada de Deixa Falar. Algumas versões defendem que como havia perto dela uma escola normal, resolveram denominá-la de escola de samba, pois formaria professores do gênero (DINIZ, 2006). O que ficou conhecido como o primeiro desfile das escolas de samba foi um evento promovido pelo jornalista esportivo Mário Filho, em 1932, na Praça Onze. O desfile contou com dezenove escolas de samba. A Mangueira foi a vencedora desse primeiro desfile. O governo identificando o potencial do carnaval como forma direta de comunicação com o povo, passou a incentivá-lo e organizá-lo (GÓES, 2013).

Assim o carnaval das escolas de samba ganhou novas proporções e em pouco tempo passou a desfilar em grandes avenidas da cidade do Rio de Janeiro, até ganhar espaço próprio, em 1984, com a construção do Sambódromo. Mobilizando pessoas de diferentes classes sociais o carnaval das escolas de samba passou a ser reconhecido nacional e internacionalmente como uma das grandes festas do Brasil, em especial da cidade do Rio de Janeiro. Com orçamentos milionários, variando entre 3,5 e 7 milhões de dólares, o carnaval das escolas de samba tornou-se evento de proporções gigantescas e que mobiliza valores impressionantes.

A construção histórica dos blocos de rua é um pouco mais híbrida dentro dessa historiografia. Como já abordamos junto com o *Grande Carnaval* passaram a existir os ranchos carnavalesco bem como os cordões carnavalescos, sendo estes primeiros interpretados como uma forma mais organizado dos últimos (NOBREGA FERNANDES, 2001). Foi a partir de um esforço dos intelectuais nacionalistas em arrumar a “confusão carnavalesca” que os ranchos vão ser classificados como grupos mais sociáveis e os blocos e cordões como um carnaval descontrolado, sendo os cordões ainda piores do que os blocos. Com o crescimento e fortalecimento do carnaval das escolas de samba, e como os cordões eram mal vistos, estas outras formas de brincar vão desaparecendo, sendo os cordões extintos ainda no início do séc. XX e os ranchos apenas no final do séc. XX.

Os blocos de rua passam por um processo de enfraquecimento e esvaziamento nas décadas de 1960 a 1980, apesar de não existir um consenso sobre o que motivou esse processo Marques (2005) nos apresenta alguns indicativos para esse declínio. O fator político é de grande influência, pensando que a ditadura coíbe encontros e manifestações no espaço público, além disso, o samba começa a perder lugar para o rock que invade o país nas programações de TV e rádio. Sendo outros fatores o crescimento desordenado da cidade e a mudança na gestão das escolas de samba. (MARQUES, 2005)

No início do século XXI é possível perceber um outro momento de fortalecimento dos blocos através da expansão temporal e espacial de sua realização (HERSCHMANN, 2013), principalmente por parte do investimento do poder público (PRESTES FILHO, 2012). Enquanto isso a expansão espacial é representada pelo crescente número de blocos, principalmente na região da Zona Sul, “a sensação (...) é que a cidade está ‘quase’ sitiada pelos foliões” (HERSCHMANN, 2013, p. 275). É a partir desse contexto que chegamos à realidade do carnaval de rua contemporâneo do Rio de Janeiro.

Assim como Marques (2005) nos apresenta possibilidades para o declínio do carnaval de rua do Rio de Janeiro, Herschmann (2013) nos mostra possíveis razões para a sua revitalização a partir do início dos anos 2000: o início do circuito cultural da Lapa, com o surgimento de novas casas de samba; a criação de blocos com um “perfil mais jovem e renovado” (p. 277); o sentimento de que deveria ser resgatada uma tradição; e o crescimento da sensação de segurança nas ruas são algumas das principais razões (HERSCHMANN, 2013).

Os blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro podem reunir atualmente tanto pequenos grupos de amigos que se juntam para brincar o carnaval – lembrando o carnaval de outros tempos – como também mobilizar um grande número de foliões e um alto valor de investimento para fazer brincar dois milhões de pessoas atrás do bloco

– como o mais antigo bloco em funcionamento o Cordão da Bola Preta. Com diferentes graus de organização e profissionalização o carnaval dos blocos de rua no Rio de Janeiro é hoje uma das expressões que mais mobiliza o brincar carnavalesco, ao mesmo tempo que faz parte do entendimento, por parte do poder público, da festa carnavalesca como um megaevento anual da cidade.

### 3. “Eu quero é botar meu bloco na rua”<sup>62</sup>: O Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro

Podemos pensar em quatro momentos distintos na história dos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro. Um **primeiro momento** no final do século XIX e início do século XX que representou o surgimento dos primeiros blocos, cordões e ranchos que se espalharam na cidade principalmente na região central. O Cordão da Bola Preta, fundado em 1918, é um dos poucos representante destes primeiros blocos. A maioria desses blocos desfilava na região central da cidade do Rio de Janeiro. Atualmente alguns blocos deste primeiro momento foram refundados como o Fala meu louro, com sua fundação em 1938 e recriado em 2013, o bloco desfila na região portuária da cidade, território tradicional do samba no Rio de Janeiro. Assim como modelos tradicionais foram reelaborados, como o Rancho Flor do Sereno, fundado em 2000, por músicos profissionais do universo do choro, recriando a formação dos ranchos com violão, cavaquinho, cordas e instrumentos de sopro (BEI, 2007).

Podemos identificar um **segundo momento** entre as décadas de 1950 e 1960, diminuindo seus festejos com a ditadura militar instaurada a partir do golpe de 1964, onde foi criado um grande número de blocos que são atualmente considerados tradicionais. O bloco Bafo de Onça

---

62 Trecho da música “Eu quero é botar meu bloco na rua” de Sérgio Sampaio.

foi fundado em 1956 e seu maior rival, o bloco Cacique de Ramos, em 1961. O primeiro bloco nasceu no centro do Rio de Janeiro, enquanto o segundo na periferia, mas ambos sempre desfilaram no centro da cidade. Esses blocos são organizados por camadas populares, representando um modo de brincar o carnaval associado ao chamado *Pequeno Carnaval*. Neste mesmo período temos a criação da Banda de Ipanema, fundada em 1965, por intelectuais que viram no carnaval um espaço ainda possível de falar de política (BEI, 2007, p.18). O bloco buscava retomar o carnaval de rua na zona sul da cidade, assim como servir de modelo para a criação de outras bandas nos bairros do Rio de Janeiro.

São desses dois períodos os três blocos considerados patrimônios culturais de natureza imaterial da cidade do Rio de Janeiro. São eles: a Banda de Ipanema, declarada patrimônio em 2004<sup>63</sup>; o bloco Cacique de Ramos, declarado patrimônio em 2005<sup>64</sup>; e o Cordão da Bola Preta, declarado patrimônio em 2007<sup>65</sup>. Esses três blocos permanecem em funcionamento desde a sua fundação e mobilizam número gigantesco de pessoas brincando o carnaval. A Banda de Ipanema mobilizou oitenta mil pessoas no carnaval de 2014.

Um **terceiro momento** da história dos blocos de carnaval de rua se iniciou no final da década de 1970 e permaneceu com ênfase na década de 1980, período da abertura política da ditadura militar e posterior redemocratização do Estado brasileiro. Os blocos desse período ganham novas características, são organizados por jovens de classe média e intelectualizados e músicos consagrados do cenário nacional, eles começavam a ver no novo panorama político a possibilidade de saírem novamente às ruas e de se expressarem. Esta primeira retomada do carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro começou com o bloco Clube

---

63 DECRETO n° 23926 de 23/01/2004 – D.O.M.: 26/01/2004.

64 LEI n° 4068 de 24/05/2005 – D.O.M.: 06/06/2005.

65 DECRETO n° 27594 de 14/02/2007 – D.O.M.: 15/02/2007.

do Samba, em 1979, e blocos que foram se desdobrando como o Bloco dos Barbas, fundado em 1981, o bloco Simpatia é quase amor, de 1985, o Bloco de Segunda e o Suvaco do Cristo, ambos fundados em 1986. Muitos desses blocos foram criados na zona sul carioca e deslocaram a centralidade dos festejos para essa região da cidade. Esses blocos continuam mobilizando um número cada vez maior de pessoas, o bloco Simpatia é quase amor, desfilou em 2014 com cerca de cem mil pessoas.

E por fim, um **quarto momento**, chamada por Herschmann (2013) do *boom* do carnaval de rua, que se iniciou na primeira década do século XXI. De 2000 a 2014 temos o surgimento de 304 novos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro, número consideravelmente maior que os 59 blocos fundados entre as décadas de 1980 e 1990. Esta retomada novamente se caracteriza por uma mobilização de jovens de classe média, que ocupam de forma mais significativa o centro e a zona sul da cidade com a sua festa carnavalesca. Este fenômeno pode estar associado ao surgimento de blocos com perfis mais jovens, como Monobloco e Bangalafumenga, e com estilos musicais mais diversificados, como Sargento Pimenta e Orquestra Voadora, apresentando uma das possibilidades de entendimento sobre o crescimento exponencial dos blocos nos últimos anos (HERSCHMANN, 2013).

#### **4. “Eu sou da Lira, não posso negar”<sup>66</sup>: Crescimento e Distribuição Espacial dos Blocos de Carnaval de Rua na Cidade do Rio de Janeiro**

No ano de 2014, 466 blocos foram autorizados pela Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro para realizarem seus desfiles, 465 blocos de fato encheram as ruas cariocas mobilizando mais de cinco milhões

---

66 Trecho da música “O abre alas” de Chiquinha Gonzaga.

de foliões. O período do carnaval atualmente vai muito além da semana do Rei Momo, no dia nove de fevereiro do mesmo ano, quase um mês antes da semana de carnaval, as regiões da grande Tijuca, zona sul e Ilha do Governador já tiveram blocos percorrendo as ruas. No dia 12 de fevereiro ocorreu a “Abertura não-oficial do Carnaval de Rua do Rio de Janeiro”, evento realizado na Praça XV, centro da cidade, reunindo mais de seis mil pessoas e que foi organizado por uma das ligas de blocos de carnaval, a Desliga dos Blocos.

O carnaval de rua mostra, assim, a força que a brincadeira de rua vem ganhando ao ampliar o calendário carnavalesco para além dos dias tradicionais da festa, as atividades dos blocos de rua do Rio de Janeiro ocupam atualmente todos os meses do verão. Alguns blocos tradicionais utilizam, inclusive, o artifício de sair nas semanas anteriores ao carnaval para garantir um modelo mais “autêntico” da festa. O Cordão do Boitató, por exemplo, visualizando o aumento do seu público, o que gerou a impossibilidade do desfile pelas ruas estreitas do centro do Rio de Janeiro, optou por sair em dois dias no carnaval carioca. Sai no domingo anterior ao carnaval realizando o cortejo pelas ruas do centro do Rio de Janeiro, acompanhados de cinco mil pessoas em 2014, e realizam um baile no domingo de carnaval na Praça XV, para cerca de 40 mil pessoas.

É possível perceber também algumas características do carnaval de rua carioca a partir de dados quantitativos recolhidos. Primeiramente identificamos o protagonismo da zona sul e do centro do Rio de Janeiro. São essas duas regiões que concentram a maior parte do público: 53% do público geral podem ser encontrados no centro e 27% na zona sul. E são elas também que concentram a maior quantidade de blocos: 32% dos blocos desfilam pelas ruas da zona sul, enquanto 20% desfilam pelas ruas do centro.

Foi possível comprovar que a maioria dos blocos que surgiram durante o **terceiro e quarto momento** na história dos blocos de rua cariocas, como falados anteriormente, surgiram na região da zona sul

da cidade (31 novos blocos entre 1979 e 1999, 108 novos blocos entre 2000 e 2014). Apesar de no centro não ter sido possível mensurar exatamente a quantidade de blocos que surgiram em cada um desses momentos, sabe-se que blocos históricos e tradicionais do carnaval carioca desfilam por suas ruas, tanto por terem surgido ali, como por terem sido transferidos para essa região devido o crescimento do bloco. Como é o caso do Bloco da Preta, encabeçado pela cantora Preta Gil, o bloco foi criado em 2011 e desfilou em Ipanema. O grande número de público que acompanhou o bloco fez com que este fosse transferido para o centro do Rio de Janeiro no carnaval de 2012, passando a desfilam na Avenida Rio Branco e fazendo brincar, no carnaval de 2014, cerca de 300 mil foliões. Tais concentrações de blocos geraram um recente discurso por parte do poder público de reorganização da festa, não sendo mais possível a criação de novos blocos na zona sul da cidade, além da possibilidade de que um mesmo bloco saia na rua mais de uma vez se torne rara e especial (RIOTUR, 2013).

Contudo o carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro permanece em plena vitalidade e mobilizando um número cada vez maior de foliões. Este carnaval vem buscando uma descentralização, ocupando outras regiões da cidade para além do centro e da zona sul carioca. De 2000 a 2014 foram criados 77 novos blocos na zona norte da cidade, representando um aumento de mais de 1000% na criação de blocos na região se comparado com os períodos anteriores, de 1950 a 1978 foram criados seis blocos e de 1979 a 1999 foram criados sete blocos na região. Assim como na zona norte, outras regiões da cidade também apresentam um aumento expressivo na criação dos blocos de carnaval de rua. Destacam-se regiões como a Ilha do Governador, com mais de 1000% de crescimento na criação dos blocos, e barra e jacarepaguá, com mais de 750% de crescimento sempre comparando a criação dos blocos de carnaval de rua no período de 2000 a 2014, com o período anterior de 1979 a 1999.

Este crescimento significativo da fundação dos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro demonstra bem a vitalidade e a redescoberta que esta forma de brincar o carnaval está apresentando desde o início dos anos 2000. O crescimento no número de blocos neste período (2000 – 2014) representou um aumento de 459% com relação ao período anterior (1979 – 1999). Esta ampliação significativa da quantidade de blocos, do número cada vez mais expressivo de foliões brincando o carnaval, de início de descentralização na distribuição espacial dos blocos na cidade do Rio de Janeiro, além da ampliação do calendário carnavalesco fizeram com que os blocos de rua tivessem que buscar em algum nível a profissionalização. Essa profissionalização, mesmo que com características muito distintas, geraram um debate a respeito dos caminhos que o carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro está seguindo.

## **5. “Todo samba tem um refrão pra levantar o bloco”<sup>67</sup>: Da Profissionalização à Comercialização/Mercantilização dos/nos Blocos**

O carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro vem se profissionalizando – tanto os blocos como a visão do poder público sobre eles – e com isso vem sofrendo um processo crescente de comercialização/mercantilização. Essa profissionalização ocorreu em diferentes níveis nos diferentes agentes organizadores do carnaval dos blocos de rua: poder público no âmbito municipal e estadual; os blocos de carnaval; as ligas que organizam esses blocos; patrocinadores e apoiadores do carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro.

A partir de 2009, a Prefeitura do Rio de Janeiro passou a se envolver oficialmente nos “desfiles” dos blocos de rua do carnaval abrindo um

---

67 Trecho da música “Todo carnaval tem seu fim” da banda Los Hermanos.

edital para a realização da produção da festa. Em 2013 é instaurado também um processo de avaliação dos blocos com o objetivo de organizar os desfiles, para a preservação das manifestações culturais representadas pelos blocos<sup>68</sup>. Foi com essas ações que o poder público municipal passa a identificar as potencialidades do carnaval de rua e descobre que existe carnaval para além das escolas de samba.

Apesar dessa aproximação do poder público municipal com a festa, esta participação permanece se dando apenas no âmbito estrutural e institucional da organização, a preocupação da Prefeitura é garantir que o carnaval de rua aconteça na cidade do Rio de Janeiro. Em se tratando de auxílio financeiro os blocos podem recorrer ao Governo do Estado do Rio de Janeiro que abre anualmente um edital de seleção pública de apoio ao carnaval, de forma ampla e não somente para blocos de carnaval. Neste edital o governo estadual trabalha com nove diferentes categorizações que vão desde as escolas de samba dos grupos “C”, “D” e “E” até blocos de enredo, de embalo, bandas entre outros. Cada categoria possui um teto de apoio financeiro diferente.

A maior parte dos blocos continua enfrentando a dificuldade de arrecadar fundos necessários para a realização dos seus desfiles. Alguns conseguem patrocínios privados; outros recorrem aos editais de incentivo fiscal na área da cultura; têm blocos que fazem atividades como festas, shows e ensaios durante o ano inteiro com o fim de conseguirem os fundos necessários; e ainda têm os blocos que optaram, a partir do carnaval de 2014, pela tentativa de financiamento coletivo por meio de plataformas virtuais.

Blocos que concorrem aos editais de incentivo fiscal na área da cultura, geralmente não tem suas propostas contempladas, pois são considerados inaptos a participarem de tais editais. Essas decisões

---

68 Informações disponíveis em <http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=4321955>, acesso em 5 de agosto de 2014.

não reconhecem os blocos de carnaval como passíveis de incentivos do poder público, os associam aos acontecimentos mercadológicos que visam o lucro. Podemos visualizar, assim, a dificuldade do poder público, nas suas mais variadas instâncias, em reconhecer o carnaval de rua como expressão da cultura popular possível de ser valorizada, incentivada, reconhecida como manifestação artística e cultural e, desta forma, financiada pelos editais que tem como objetivo promover à cultura nacional através da legitimação por parte do Estado da sua importância.

O patrocínio privado por muitas vezes atropela a identidade dos blocos e transforma o desfile em verdadeiras estratégias de marketing de rua. Segundo Rita Fernandes, presidente da Sebastiana – Associação Independente dos Blocos de Carnaval de Rua da Zona Sul, Santa Teresa e Centro da Cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro – falta também por parte dos responsáveis pelos blocos imporem suas condições e limites para que esses patrocínios se deem de forma a contemplar mais as necessidades dos blocos do que as pretensões de marketing das empresas, lembrando que os blocos estão em vantagem, pois são eles possuidores do “objeto de desejo” das empresas.

Alguns blocos ao se tornarem conhecidos durante a época do carnaval conseguem prolongar suas atividades realizando festas, agenciando shows, estabelecendo ensaios fechados regulares, e através do lucro dessas atividades viabilizam seus desfiles. Assim o carnaval que se estende durante todo o ano permite a existência da festa carnavalesca em seu período específico. Só que para que seja possível manter as atividades durante o ano é necessário que se construa uma estrutura organizacional, os blocos precisam se profissionalizar. Para que a profissionalização ocorra os blocos precisam se reorganizar e resignificar o sentido do brincar carnavalesco. Essa profissionalização pode ser pensada a partir do cumprimento de alguns requisitos: existência de sede/escritório próprio; grupo para show com trabalho o ano todo; possibilidade de “viver” do carnaval.

O aumento do número de blocos de carnaval associados a uma festa cada vez maior, em se tratando de número de foliões acompanhando o cortejo dos blocos, gerou a necessidade de profissionalização para que se conseguisse organizar a festa. Este movimento de profissionalização do carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro pode ser pensado a partir dos blocos do **terceiro momento**, mas a sua estruturação de forma significativa é visualizada a partir do **quarto momento**, ou seja, dos blocos fundados a partir do ano 2000. Essa profissionalização fez com que os blocos tivessem escritórios, assessoria de imprensa e pessoal responsável pela busca de patrocínio. Assim os blocos passam a funcionar não só no período carnavalesco (considerando o período que antecede o carnaval como, por exemplo, os ensaios dos blocos), mas durante todo o ano através da venda de shows da sua bateria. Um exemplo bem-sucedido deste modelo é o Monobloco, fundado em 2000 por integrantes do grupo Pedro Luís e a Parede (músicos já consagrados no cenário nacional), atualmente fecha as comemorações carnavalescas ao desfilar no domingo depois do carnaval, arrastando mais de quinhentas mil pessoas pela Avenida Rio Branco em 2014.

Com repertório eclético, que mistura diferentes gêneros musicais com o samba, possui cinco CDs e três DVDs gravados. O grupo composto por vinte e quatro músicos<sup>69</sup>, se amplia para o carnaval através da participação de instrumentistas formados na Oficina do Monobloco<sup>70</sup>. O bloco possui um grupo chamado Monobloco Show que

---

69 O Monobloco é formado por: Alessandro (cavaco), André Schmidt (agogô), Biguli (voz), C.A. Ferrari (repique), Cachaça (cavaco), Caco Chagas (surdo), Carlinhos (cavaco), Celso Alvim (caixa), Fábio Allman (voz), Fábio Groove (tamborim), Fred Castilho (caixa), Gabriel Lopes (surdo), Gui Rodrigues (caixa), Igor Araújo (chocalho/ baixo), Júnior Teixeira (tamborim), Leo Saad (agogô), Marcos Feijão (caixa), Mário Moura (surdo), Maurão (surdo), Momo (voz/ guitarra), Pedro Luís (voz), Pedro Quental (voz), Pitito (caixa) e Sidon Silva (tamborim). Informação obtida em <http://www.monobloco.com.br>, acesso em 1º de junho de 2014.

70 As aulas da oficina acontecem de maio a janeiro na Sala Baden Powell, no Rio de Janeiro. E o valor mensal da oficina é de duzentos reais. Dados obtidos em [http://www.oficinamonobloco.com.br/Oficina\\_MNBC/Oficina.html](http://www.oficinamonobloco.com.br/Oficina_MNBC/Oficina.html), acesso em 1º de junho de 2014.

já realizou mais de seiscentas apresentações no Brasil e no exterior<sup>71</sup>. Este formato e estes desdobramentos que o bloco de carnaval passa a ter neste novo modelo exigem não só uma profissionalização como uma maior divisão social do trabalho do artista (BECKER, 2010). Um grupo de amigos não faz mais o carnaval desses blocos cada ano mais gigantescos e com variados produtos à venda. O Monobloco conta com o patrocínio de uma grande empresa de telefonia móvel que promove, além do carnaval, parceiras inusitadas e associadas ao nome da empresa<sup>72</sup>. O bloco também teve seu desfile de 2013 transmitido ao vivo por um canal de televisão a cabo.

O Monobloco é o exemplo máximo desse processo de profissionalização dos blocos de carnaval. Para alguns críticos o modelo altamente profissionalizado proposto pelo Monobloco representa uma das versões da comercialização/mercantilização do carnaval dos blocos de rua carioca. Para outros ele é o exemplo a ser seguido em termos de organização da festa carnavalesca. Todavia a comercialização no carnaval não é uma invenção dos blocos do **quarto momento**, desde o entrudo podemos identificar formas de comércio que aconteciam e, principalmente, se criavam por conta da festa. Do escravo que fazia bexiga de cheiro para vender para a festa do entrudo; passando por costureiros para as fantasias; decoração para os bailes historicamente sempre houve o desenvolvimento de um comércio específico durante a época pré-carnavalesca e durante o próprio carnaval.

A grande mudança que podemos pensar hoje com o *boom* dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro é a mudança de uma comercialização/mercantilização no carnaval – entendida como trocas econômicas durante o período carnavalesco – para uma comercialização/mercantilização do carnaval – o tratamento da própria festa como mercadoria a ser vendida

---

71 Informações disponíveis no site do Monobloco.

72 A parceira entre o Monobloco e o Blue Man Group em 2013.

– esta muitas vezes se confundindo com a profissionalização dos blocos de rua. Essa discussão a respeito da profissionalização e com ela a comercialização/mercantilização do/no carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro tem muito a nos dizer sobre o significado da festa e sua relação com a economia e a política.

## **6. “Eu nesse bloco faço um carnaval, sem perder a tradição”<sup>73</sup>: Os Blocos na Defesa da Patrimonialização/Retradicionalização do Carnaval e do Direito à Cidade**

O carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro, que permanece acionando um número cada vez maior de foliões, vem buscando uma descentralização, vem se profissionalizando – tanto os blocos como a visão do poder público sobre eles – e com isso vem sofrendo um processo crescente de comercialização/mercantilização. Em resposta a essa visão, considerada por muitos equivocada, há um movimento de retomada da tradição carnavalesca com a valorização do seu brincar “espontâneo” e “autêntico” através de medidas como a patrimonialização dos blocos de carnaval de rua junto ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

O modelo de profissionalização dos blocos de carnaval associado a uma comercialização/mercantilização da festa gerou reação de duas ligas carnavalescas, ou seja, organizações que reúnem diversos blocos, estas propuseram ações diferenciadas para retomada do carnaval “tradicional”. A Sebastiana entrou com o pedido de patrimonialização do modo tradicional de se brincar o carnaval junto ao IPHAN. E a Desliga dos Blocos propõem ações de ocupação da cidade e do carnaval de maneira mais espontânea. As duas ligas, por

---

73 Música “Bloco de Rua” gravado por Alcione.

caminhos distintos e com legitimações diferenciadas, buscam retomar e conseqüentemente recriar um carnaval escolhido/inventado como o tradicional (HOBBSAWM; RANGER, 1984). Hobsbawm e Ranger (1984) defendem que a maioria das tradições foi inventada, uma continuidade artificial com um passado histórico. E é esta tradição inventada de um carnaval do passado, “espontâneo” e “autêntico”, sem influências do mercado, que esses agentes carnavalescos estão tentando retomar.

A Sebastiana<sup>74</sup> foi fundada em 2000 por organizadores de alguns dos blocos tradicionais que haviam sido criados no **terceiro momento** da história dos blocos (basicamente década de 1980). Ao verem a forma grandiosa que o carnaval dos blocos de rua estava tomando, associado a um aumento da violência na festa, esses organizadores decidiram se reunir em uma associação para poder ter mais voz perante o poder público e a necessidade de organização que a festa requeria<sup>75</sup>. Atualmente a Sebastiana é a liga mais consolidada e reconhecida no universo do carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro, e, conseqüentemente, a com maior interlocução tanto com o poder público quanto com empresas privadas que possuem o interesse de investir no carnaval.

A Sebastiana possui uma postura crítica com relação ao uso do patrocínio, principalmente aqueles que modificam a organização tradicional do carnaval, ou que ao acertarem o patrocínio com a prefeitura para organização da festa acham que podem interferir no desfile dos blocos sem que efetivamente os patrocine. Como exemplo Rita Fernandes citou uma marca de cerveja que sugeriu que a banda dos blocos desfilasse sob uma lata gigante da bebida, proposta absolutamente descabida segunda

---

74 A Sebastiana reúne os blocos: Bloco da Ansiedade, Bloco dos Barbas, Bloco das Carmelitas, Bloco de Segunda, Bloco Virtual, Escravos da Mauá, Gigantes da Lira, Imprensa que eu Gamo, Meu bem, volto já!, Que merda é essa, Simpatia é quase amor e Suvaco do Cristo.

75 Informações oriundas da entrevista com Rita Fernandes, presidente da Sebastiana, realizada em 22 de maio de 2014.

a presidente da Sebastiana. Assim como a distribuição de chapéus com a cor da marca de outra cerveja, o que ela chamou de “onda azul”, descaracterizando as cores tradicionais de cada bloco.

A associação também se coloca contra o processo denominado de “bahianização” do carnaval do Rio de Janeiro, ou seja, a venda de camisetas ou abadás e o uso de cordas isolando quem as possui. O modelo do carnaval baiano é construído no discurso desses agentes como o outro que deve ser evitado, aquele carnaval que já sucumbiu à lógica do mercado sofrendo um processo de comercialização/mercantilização. Esta dicotomia entre o carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro, pensado como manifestação cultural “autêntica” e “tradicional”, em oposição a uma comercialização/mercantilização apontada no carnaval baiano, também pode ser construída através da oposição com o carnaval das escolas de samba carioca, que há muito tempo já desenvolve uma relação estreita com o mercado.

Este processo pelo qual o carnaval carioca vem passando, considerado por muitos como um desenvolvimento da comercialização/mercantilização do carnaval, possui relação com o *boom* atual dos blocos de carnaval, influência do efeito moda, que fez com que fossem criados novos blocos exclusivamente com intuito comercial.

A mercantilização é o movimento de fazer dos blocos de fato um grande negócio. Sem nenhuma característica, sem nenhuma preocupação com a cultura em si. É pegar o que está na moda, que tipo de música que vende mais, onde eu vou conseguir colocar mais gente na rua, onde meu patrocínio vai ser maior e eu vou conseguir ganhar mais dinheiro. E que eu vou vender isso em formato de show, de exportação, de não sei que lá. Então a natureza de nascimento desses blocos já é com propósito e objetivo comercial. É isso que a gente chama de mercantilização, a gente que eu digo, a gente que faz o carnaval.

Rita Fernandes, presidente da Sebastiana, entrevista para as autoras.

Para dar conta dessas modificações consideradas nocivas para o carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro a Sebastiana entrou com um pedido junto ao IPHAN de patrimonialização dos blocos de carnaval de rua na cidade, mais especificamente do modo “espontâneo”, “tradicional” e “autêntico” de se vivenciar a folia. A associação agora busca inventariar dados para a construção do dossiê, etapa do processo de patrimonialização de bens imateriais, com o objetivo de proteger a folia carnavalesca. Na busca por um rumo alternativo a comercialização/mercantilização do carnaval de rua a Sebastiana está construindo o caminho da valorização da tradição dos blocos através do seu reconhecimento como bem cultural imaterial do país.

Fazer do modo de brincar o carnaval nos blocos de rua um patrimônio imaterial é valorizar um saber e uma prática tradicional. Esta prática tradicional está ligada a uma visão da festa como espaço de iguais em que seguir o bloco é parte integrante do carnaval. Nos blocos de rua os foliões podem ser considerados brincantes (CAVALCANTI, 2002), ou seja, eles não são meros espectadores, mas são eles que constroem a narrativa carnavalesca. Brincar o carnaval dos blocos de rua no Rio de Janeiro é ser ao mesmo tempo produtor e consumidor da festa, ou o que Canclini (2012) denominou de *prosumidores*.

O caminho trilhado pela Desliga dos Blocos é distinto da Sebastiana, embora seus objetivos possam ser semelhantes, aquela organização de blocos foca suas ações em um embate mais direto com o estado, principalmente através da exigência por parte da prefeitura de autorização para que os blocos possam desfilar. Com um discurso de valorização da tradição esse grupo defende a ocupação da cidade, e conseqüentemente do espaço público, de forma espontânea sem normas e legislações. A maioria dos blocos associados a Desliga dos Blocos sai no carnaval sem pedir autorização para a prefeitura e sem seguir o calendário e a organização do poder público. Eles defenderam em manifesto publicado no *blog* da organização em 2010 que:

O carnaval de rua é festa do povo. É feito pelo povo e para o povo. Manifestação de espontaneidade, criatividade genuína e espírito livre. Nos dias de folia devemos respeito à Sua Majestade, o Momo. Não ao personagem raquítico que ultimamente tenta nos ensinar a brincar, como se ele próprio soubesse, mas ao mitológico, roliço, guloso, amante dos prazeres da carne e da alma, àquele que nos mostra que, ao contrário do que muitos pensam, no carnaval é quando se tiram as máscaras. Assim, há uma troca de ordem. Sai de cena a ordem careta, elitista e monetarizada e, em seu lugar, entra a ordem de Momo e a ordem do Rei é sambar quatro dias sem parar.

[...]

O decreto 32664 da Prefeitura aprofunda o ataque à liberdade criativa e à espontaneidade do carnaval do Rio e o processo de “bahianização” da festa, ao obrigar os blocos a pedir autorizações com seis meses de antecedência e a cumprir inúmeras exigências, que arrepiariam até mesmo uma empresa estabelecida, ainda mais os pequenos blocos. A essência está sendo sufocada pelo dinheiro.

Manifestamos aqui que não reconhecemos esse decreto que, além de tratar desiguais como iguais, fere a Constituição e a tradição e cultura do povo carioca.

Desliga dos Blocos do Rio de Janeiro – Manifesto Momesco<sup>76</sup>

Compartilhando com Lefebvre (1991) o argumenta de que todos possuímos direito à cidade:

*O direito a cidade* não pode ser concebido como um simples direito de visita ou de retorno às cidades tradicionais. Só pode ser formulado como *direito à vida urbana*, transformada, renovada.

---

76 Disponível em <http://desligadosblocos.blogspot.com.br/2010/09/manifesto-momesco.html>, acesso em 02 de junho de 2014.

Pouco importa que o tecido urbano encerre em si o campo e aquilo que sobrevive na vida camponesa conquanto que 'o urbano', lugar de encontro, prioridade do valor de uso, inscrição no espaço de um tempo promovido à posição de supremo bem entre os bens, encontre sua base morfológica, sua realização prático sensível. O que pressupõe uma teoria integral da cidade e da sociedade urbana que utilize os recursos da ciência e da arte.

(LEFEBVRE, 1991, pp. 116 e 117)

Essa apropriação da cidade pela festa é defendida pela Desliga dos Blocos como um direito, o único durante o ano, em que o povo pode vivenciar a cidade de outra forma. A cidade, que durante o tempo do cotidiano se mostra excludente e segregadora, no tempo da festa, ou seja, durante o carnaval de rua, transforma-se em um espaço e um tempo próprio. É na defesa dessa espacialidade e temporalidade própria do carnaval de rua que a Desliga dos Blocos constrói seu argumento contra a comercialização/mercantilização do carnaval carioca dos blocos.

O manifesto de 2014 distribuído nos blocos das Desliga dos Blocos, novamente defende a ocupação da cidade e do espaço público pela festa e pelos foliões, associando essa atitude a uma visão crítica com relação à comercialização/mercantilização do carnaval.

O carnaval é o mais belo grito do povo! Ocupamos as ruas com estandartes, confetes e serpentinas mostrando que o Rio é nosso: suas colombinas e pierrôs estão vivos e pulsam. Abaixo as catracas que transformam a cidade em um grande negócio, onde o lucro prevalece sobre a vida, onde o dinheiro é mais livre que as pessoas. Enquanto capitalizarem a realidade, nós socializaremos o sonho. Viva a energia da rebeldia! Viva a criatividade das fantasias! Viva o Zé Pereira e o Saci Pererê! As cidades não estão à venda e nossos direitos não são mercadoria. Foliões, uni-vos! Ocupa eles, ocupa eu, ocupa tu, ocupa geral. OCUPA CARNAVAL! (Manifesto da Desliga entregue durante o carnaval de 2014)

Bakhtin (2010) compreende a festa como característica primeira e indestrutível da civilização humana por ser isenta de sentido utilitário e por usar de jogos, disfarces, risos, dança e etc. Desta forma, a festa possibilita que se exponha uma visão não oficial da sociedade, que se tenha a abolição, por um período determinado das hierarquias e diferenças. Na mesma linha de interpretação, Burke (2010) defende o carnaval como o momento de alteração da hierarquia e do status, o que o autor classifica de *mundo virado de cabeça para baixo*, gerando ambiguidades e ambivalências. DaMatta (1997) em seu estudo clássico sobre o carnaval no Brasil também parte da ideia da festa como um espaço de inversão, onde a sociedade brasileira nega e reitera a sua organização. Para a Desliga dos Blocos o carnaval é um período de possibilidade de mudança na estrutura social, mesmo que somente durante o seu tempo ritual.

A festa é pensada por Burke (2010) também como o espaço e tempo que se contrapõe ao cotidiano. A festa pressupõe, assim, divertimento e fuga do cotidiano, constrói-se como espaço de lazer em oposição ao tempo e espaço do trabalho (AMARAL, 1998). Este espaço de lazer caracteriza-se por um lugar privilegiado de manutenção das identidades sociais e de sociabilidades específicas (MAGNANI, 1998). E por estar em oposição ao trabalho também pode ser pensada através da oposição entre economia (mundo do trabalho) e desperdício (mundo da festa). O carnaval pensado como uma temporalidade diferente do cotidiano possibilita a criação de uma sociabilidade específica e de identidades sociais atreladas a ele. Magnani (1998) afirma que os espaços de lazer possibilitam o encontro entre iguais, detentores de uma mesma identidade.

A identidade carnavalesca criada a partir da experiência de brincar o carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro é construída a partir da valorização de uma forma tida como mais “tradicional”, “autêntica” e “espontânea” de se estar na festa de Momo. Esta identidade carnavalesca construída a partir da experiência nos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro será aqui denominada de *brincantes*

*dos blocos*. Os *brincantes dos blocos* estão à procura de uma prática tradicional ligada a uma visão da festa como espaço de iguais em que seguir o bloco é parte integrante do carnaval, mais do que somente espectadores os *brincantes dos blocos* são os responsáveis pela construção da narrativa carnavalesca.

Torres (2000) entende o lazer enquanto uma importante prática de sociabilidade que permite a criação de vínculos entre as pessoas e os espaços urbanos. O carnaval talvez seja a mais importante prática de lazer e de sociabilidade com a criação de vínculos não somente entre os *brincantes dos blocos* como também entre estes mesmos sujeitos e a cidade. O carnaval dos blocos de rua passa a ser, então, um ambiente privilegiado de fortalecimento destes vínculos já que por acontecer na rua ele apresenta uma vinculação direta dos blocos com as regiões da cidade em que desfilam e do qual tem sua origem.

Um dos momentos intenso de crescimento dos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro, que aconteceu no início da década de 1980, período de abertura política do governo militar e de redemocratização do país, definido aqui como o **terceiro período**. Os blocos que foram fundados ganharam novas características, foram organizados por jovens de classe média e intelectualizados e músicos consagrados do cenário nacional, além de possuírem sambas que dialogavam com o contexto social e político do país (PIMENTEL, 2002). O samba de modo geral, as marchinhas especificamente, se prestavam para falar e criticar a situação econômica, social e política do ano anterior ao carnaval com tom de brincadeira e de jocosidade. Atualmente alguns blocos de carnaval ainda preservam o caráter jocoso das marchinhas carnavalescas, mas o que ganhou força com o *boom* dos blocos de carnaval, vivido a partir dos anos 2000, **quarto período** na criação de blocos, foram as fantasias com temáticas sociais, econômicas e políticas.

Fantasias e músicas que falam e que são compreendidas por aqueles que possuem os códigos para decifrá-los. Os códigos

compartilhados entre iguais faz com que pessoas estejam em um mesmo grupo, construam uma mesma identidade, se entendam e se reconheçam enquanto *brincantes dos blocos*.

[...] todas as expressões coletivas, simultâneas, de valor moral e de força obrigatória dos sentimentos dos indivíduos e do grupo, são mais que meras manifestações, são sinais de expressões entendidas, quer dizer, são linguagem. Os gritos são como frases e palavras. É preciso emití-los, mas é preciso só porque todo o grupo os entende. É mais que uma manifestação dos próprios sentimentos, é um modo de manifestá-los aos outros pois assim é preciso fazer. Manifestar-se a si, exprimindo aos outros, por conta dos outros. (MAUSS, 1979, p.153)

Os *brincantes dos blocos* reconhecem e valorizam o carnaval como um espaço privilegiado de encontro, de trocas simbólicas e afetivas, de práticas de sociabilidade. Sociabilidade entendida como “visto que é abstraída da arte ou do jogo, a sociabilidade demanda o mais puro, o mais transparente o mais eventualmente atraente tipo de interação, a interação entre iguais” (SIMMEL, 1983, p. 173). O mito fundador da maioria dos blocos de carnaval passa pela reunião de um grupo de amigos que busca alguma forma específica e particular de brincar o carnaval e, com essa justificativa, multiplicaram-se blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro desde a década de 1980, mas principalmente após os anos 2000. A necessidade da sociabilidade entre iguais, a valorização maior da interação, apresenta-se como o motivador da criação dos blocos. O bloco representa assim a possibilidade do encontro entre amigos, dos encontros amorosos, enfim, dos encontros entre iguais. Os blocos ajudam, desta forma, na criação de laços de reciprocidade que ajudam a estabelecer vínculos (MAUSS, 2003) e preserva a relação entre os grupos.

Por serem espaço de construção de identidades, de formação e manutenção de grupos, de práticas de sociabilidades específicas os blocos de carnaval de rua transformam-se em lugares de trocas sociais, simbólicas e afetivas. Desta forma, não podemos pensar somente no carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro como produto sendo vendido, mas também como espaços de interação e criação de vínculos fundamentais para aqueles que brincam o carnaval.

## **7. “To me guardando pra quando o carnaval chegar”<sup>77</sup>: Outra Abordagem Possível para o Carnaval dos Blocos de Rua na Cidade do Rio de Janeiro**

A retomada do carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro a partir da tensão entre comercialização/mercantilização e valorização da festa possibilita a discussão sobre sua patrimonialização/retradicionalização, e atualiza a discussão teórica sobre o carnaval como um espaço e tempo diferenciados do cotidiano, do trabalho, da cidade. Pensar a economia das trocas nos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro é problematizar o espaço das manifestações festivas no cotidiano das pessoas, seus significados, suas representações, seus imaginários. E pensar o universo das trocas não só em termos econômicos, mas social, político, simbólico e afetivo. É impossível entender o significado do carnaval para os foliões que o vivenciam a partir da simplificação da discussão pautada pelo utilitarismo das trocas econômicas, seja de uma comercialização/mercantilização no carnaval como de uma comercialização/mercantilização do carnaval.

Para pensar em uma economia da festa partimos do entendimento de *mercado múltiplo* (MMM) proposto por Zelizer (1992) que incorpora

---

77 Trecho da música “Quando o carnaval chegar” de Chico Buarque.

os aspectos econômicos e o coloca em relação com as alternativas culturais e sócio-estruturais. O pressuposto de Zelizer (1992) é partir de pesquisas empíricas para pensar o mercado. A noção de *mercados múltiplos* permite pensar o objeto de pesquisa a partir de dois enfoques, um universalizante, ligado às lógicas racionais, e o outro baseado em processos individualizantes, o que a autora denomina de mercados particulares. Pode-se, assim, pensar a economia a partir do topo, das instituições – poder público, produtores, patrocinadores e das ligas – ou da base – a partir dos blocos, dos foliões e de seus variados processos de identificação e diferenciação.

Compreendemos, assim, que só podemos pensar o carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro a partir do entendimento destes como espaços de trocas sociais, simbólicas e afetivas que se fundam na vinculação a um grupo específico com identidades e sociabilidade própria. Todavia não podemos desconsiderar que sempre existiram as trocas econômicas com fins imediatos e lógicas racionais no carnaval. Assim como atualmente ocorre uma transformação do próprio carnaval em produto a ser vendido e comercializado sem criação de vínculos mais duradouros com a festa. Para entender essa multiplicidade de trocas presentes no carnaval dos blocos que a noção de *mercados múltiplos* permite pensar nosso objeto de estudo a partir de dois enfoques, um universalizante, ligado às lógicas racionais, visível a partir do discurso da mercantilização/comercialização do/no carnaval, e o outro baseado em processos individualizantes, visível na valorização das práticas tradicionais da festa, da sociabilidade e da criação de identidade. Esta que está sendo valorizada através do discurso de patrimonialização/retradicionalização das formas de brincar o carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro.

O carnaval dos blocos de rua hoje na cidade do Rio de Janeiro só poderá ser problematizado a partir da compreensão de que além das trocas econômicas existem trocas simbólicas que criam laços entre as pessoas, que as vinculam a determinado bloco, determinada

forma de se brincar o carnaval. Pensar a economia das trocas nos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro é problematizar e complexificar o olhar sobre a economia da festa, buscando não só os agentes institucionais que as viabilizam, mas também os agentes individuais que a experienciam. Desta forma, nossa proposta aqui é indicar que para se entender a economia da festa, principalmente o carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro, precisa-se pensar nas trocas mercantis existentes na festa e também na possibilidade, problematizando seus limites e implicações, da transformação da própria festa em produto. Contudo, somente esta visão sobre a economia da festa, não apresenta toda sua complexidade, pensar as trocas em ambientes festivos é também compreender suas diversificadas vivências, seus múltiplos significados, suas diferentes configurações. Enfim, é preciso identificar e analisar, em cada manifestação festiva, as múltiplas e variadas economias das festas, expressas e ritualizadas em trocas econômicas, políticas, sociais, simbólicas e afetivas.

## Referências

AMARAL, Rita. As Mediações Culturais da Festa. In: **Revista Mediações**. Vol.3, Nº 1. Londrina: jan/jun 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. Brasília: Ed. Da UnB, 1993.

BECKER, Howard S. Mundos da Arte e Actividades Coletivas. In: **Mundos da Arte**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

BEI. **Guia do Carnaval de Rua do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: BEI Comunicação, 2007.

BOAS, Franz. **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BURKE, Peter. O mundo do carnaval. In: **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CANCLINI, Néstor Garcia et al. (orgs.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid: Fundación Telefónica, 2012.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Os sentidos do espetáculo. In: **Revista de Antropologia**. São Paulo, USP, 2002, v. 45 nº 1.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DINIZ, André. **Almanaque do Samba: a História do samba, o que ouvir, o que ler, onde curtir**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

FARIAS, Edson. Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras. In: **Sociedade e Estado**. Brasília, vol. 20, n. 3, p. 647 – 688. Set. – Dez., 2005.

FERREIRA, Felipe. Festejando. In: **Revista Observatório do Itaú Cultural**, n. 14. São Paulo: Itaú Cultural, 2013.

GÓES, Fred. Brasil: O país de muitos carnavais. In: **Revista Observatório do Itaú Cultural**, n. 14. São Paulo: Itaú Cultural, 2013.

HERSCHMANN, Micael. Apontamentos sobre o crescimento do Carnaval de rua no Rio de Janeiro no início do século 21. In: **Intercom – RBCC**. São Paulo, v. 36, n. 2, jul./dez. 2013.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

MAGANANI, José Guilherme C. **Festa no Pedço: Cultura Popular e Lazer na Cidade**. São Paulo: Hucitec/ UNESP, 1998.

MARQUES, Márcio. **A Revitalização do Carnaval de Rua do Rio de Janeiro**. In: <http://www.samba-choro.com.br/debates/1114908790> Março, 2005, acesso em 01/05/2014.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

\_\_\_\_\_ A Expressão Obrigatória dos sentimentos. In: OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Mauss: Antropologia**. São Paulo: Ática, 1979.

MIGUEZ, Paulo. Algumas notas sobre a economia do Carnaval da Bahia. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas Culturais: Reflexões e Ações**. São Paulo: Itaú Cultural: Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

NÓBREGA FERNANDES, N. da. Escolas de Samba: sujeitos celebrantes e objetos celebrados. In: **Coleção Memória Carioca**, Vol. 3, Prefeitura do Rio de Janeiro, 2001.

PIMENTEL, João. **Blocos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. A Economia Criativa do Carnaval. In: **XXVI Fórum Nacional - Instituto Nacional de Altos Estudos**, Maio 2012.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *Carnaval Brasileiro: O vivido e o mito*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

RIOTUR, <http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=4321955>, Agosto 2013, acesso em 01/05/2014.

SIMMEL, George. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura e formal. In: MORAES FILHO, Evaristo. **George Simmel: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

Flávia Lages de Castro (coord.)  
Mário F. de Pragmácio Telles (coord.)

TORRES, Lilian de Lucca. Programa de Paulista: Lazer no Bexiga e na Avenida Paulista com a Rua da Consolação. In: MAGNANI, José Guilherme C. e TORRES, Lilian de Lucca. **Na Metrópole**: Textos de Antropologia Urbana. São Paulo: Fapesp, 2000.

ZELIZER, Viviana. Repenser Le marché: La construction sociale du 'marché aux bébés' aux États-Unis, 1870-1930. In: **Actes de la recherche en Sciences Sociales**. N<sup>o</sup>. 94, p. 3 – 26. Set., 1992.

# Capítulo 7

## Festivais Audiovisuais Fluminenses Um mapeamento do setor

*Tetê Mattos*

*Rafael Vebber*

*Pedro Henrique Conceição dos Santos*

### **1. Introdução**

No século XXI estamos assistindo a uma série de transformações nas sociedades que irão impactar de forma vertiginosa na arte cinematográfica e revolucionar o cotidiano das massas, em especial no que diz respeito ao consumo de filmes. Num contexto de globalização, de pós-modernidade, de desterritorialização, de efemeridade, de fragmentação, de fluxo intenso de informações, observamos que os novos meios de comunicação e tecnologias produzem novas possibilidades de comunicação e expressão cultural, e principalmente modificações nas maneiras de viver a vida e estar no mundo.

A pós-modernidade também inaugura uma nova lógica nas práticas culturais. Em relação à arte cinematográfica, se anteriormente vivíamos o momento em que reinava de forma hegemônica a “grande tela” - tida não só como uma invenção técnica da grande arte, mas sim como o espaço mágico onde se projetavam os sonhos e os desejos das massas -, agora passamos a era de proliferação de telas, isto é, a passagem da única “tela” para o “tudo-tela”, da “tela-espetáculo” para a “tela-comunicação”. (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p.11) Para Gilles Lipovetsky e Jean

Serroy a chamada quarta idade do cinema caracteriza-se pela era hipermoderna, onde o cinema obedece a mesma dinâmica do momento do hipercapitalismo, da hipermídia e do hiperconsumo globalizados. A expressão “tela global” é definida pelos autores:

Estamos no tempo da tela-mundo, do tudo-tela, contemporâneo das rede das redes, mas também das telas de vigilância, das telas de informação, das telas lúdicas, das telas de ambiente. A arte (arte digital), a música (videoclipe), o jogo (videogame), a publicidade, a conversação, a fotografia, o saber, nada mais escapa completamente às malhas digitais da nova ecranocracia. Na vida inteira, todas as nossas relações com o mundo e com os outros são cada vez mais mediatizadas por uma quantidade de interfaces nas quais as telas não cessam de convergir, de se comunicar, de se interconectar. (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p.23)

Os autores defendem a ideia de que, ao contrário do que se imaginava, o “tudo-tela” não decretou a morte do cinema<sup>78</sup>, arte esta de poderoso dinamismo que não pára de se reinventar. O que assistimos na cultura hipermoderna é a expansão do espírito cinema que se apoderou dos gostos e dos comportamentos cotidianos, e disseminou o “olhar-cinema”, isto é, uma *cinemania* caracterizada pelo “hiperconsumo móvel e pelo gosto cinevisual generalizado de imagens baixadas e difundidas na internet” (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p.26-27).

Diante deste contexto, propomos investigar o segmento dos festivais de cinema e vídeo no Estado do Rio de Janeiro, traçando uma radiografia do setor e buscando compreender a repercussão destes eventos no momento em que a própria lógica do consumo de filmes se alterou. Entramos na era do “capitalismo artista” para usar um termo cunhado por Lipovetsky e Serroy (2015), onde o domínio da cultura,

---

78 A ameaça do fim do cinema se dá desde os anos 1980, quando as salas de cinema começam a perder os seus públicos, devido a chegada das televisões e posteriormente os videocassetes.

dos espetáculos, do lazer e do divertimento ganham uma dimensão significativa nas sociedades.

De fato, nunca a dimensão espetacular teve tanto relevo em tantos domínios da oferta mercantil, cultural e estética. (...) O capitalismo criativo transestético fez nascer a sociedade do *hiperespetáculo*, que é ao mesmo tempo a do *entertainment* sem fronteiras. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p.264).

Entendendo os festivais como um segmento bastante ritualizado, midiaticizado e espetacularizado, podemos atribuir o enorme crescimento do número de festivais nas últimas três décadas relacionado a este fenômeno. Esta característica, que se dá no âmbito internacional, nacional e regional, foi o que nos motivou a investigar estes eventos no Estado do Rio de Janeiro. Para isto desenvolvemos um projeto junto ao Observatório da Economia Criativa do Estado do Rio intitulado *Mapeamento dos Festivais Audiovisuais Fluminenses* que teve como objetivo compreender a configuração do setor dos festivais de cinema realizados no estado do Rio de Janeiro no ano de 2013, identificando os seus perfis e suas ações através de um mapeamento do potencial cultural, econômico, social e turístico destes eventos.

## 2. Metodologia adotada

A pesquisa considerou como “festival audiovisual” os eventos que promovem o produto audiovisual, e são organizados com proposta de continuidade (várias edições) e periodicidade, e buscam um calendário fixo. Não foram consideradas pela pesquisa as chamadas iniciativas eventuais.

Num primeiro momento criamos uma estrutura de informações primárias, que demandou um longo período de pesquisa em diversas bases de dados, tais como: *Diagnóstico Setorial – Indicadores 2006*; *site* do Fórum dos Festivais ponto de referência, aglutinador da atividade

e por receber constantemente informações dos festivais; no *Guia Brasileiro de Festivais de Cinema e Vídeo*, produzido pela Associação Cultural KinoForum, referência histórica para o setor de festivais e pioneiro na divulgação de dados dos eventos audiovisuais, desde 1999; no site *Guia FALA - Festivais Audiovisuais da América Latina*; e na base de dados do IBEFEST – Instituto Brasileiro de Festivais Audiovisuais.

Numa segunda etapa, buscamos o contato direto com os organizadores de festivais fluminenses, para que pudessem confirmar a realização dos eventos no ano de 2013. Nos deparamos com um cenário bastante complexo, e bem mais amplo do que havíamos prospectado, com a identificação inicial de 65 eventos. Com o decorrer da pesquisa, observamos que deste total de 65, quatro festivais<sup>79</sup> deixaram de ser realizados, e não demonstram continuidade até o momento. Outros seis festivais não foram realizados em 2013, mas em 2014 deram continuidade às suas edições. São eles: O Festival Internacional de Cinema de Paraty (4ª edição em 2011 e 5ª edição em 2014); Festival Brasileiro de Cinema Universitário (18ª edição em 2014); Festival Adaptação (4ª edição em 2014); Encontro de Cinema Negro Brasil, África e Caribe (7ª edição em 2014); Festival Cine Mundo (7ª edição em 2014); e FIPE – Festival Internacional de Filmes de Esporte (anuncia próxima edição em 2015). Na lista de 65 festivais mapeados inicialmente, nos deparamos ainda com 2 eventos que não conseguimos confirmar a sua realização<sup>80</sup>, e por este motivo eles não foram incluídos na pesquisa. Desta forma, chegamos ao número de 54 eventos realizados em 2013.

---

79 FRICINE – Festival Internacional de Cinema Sociambiental de Nova Friburgo, realizou a sua 5ª edição em 2012. O Festival Nacional de Cinema de Petrópolis, realizou a 3ª edição em 2012. O IGUACINE – Festival de Cinema de Nova Iguaçu, realizou a 3ª edição em 2010. E o Cine Cufa, realizou a sua 5ª edição em 2011.

80 Trata-se do Fest Bloco Digital – Festival de Cinema Digital e da Mostra do Filme Ambiental e Etnográfico de Rio das Ostras. Encontramos referências a estes eventos em sites e blogs, mas não conseguimos confirmar a realização de ambos.

Neste amplo universo, nos deparamos com seis festivais cujas produtoras estavam sediadas fora do Estado do Rio de Janeiro. Alguns destes eventos já se consolidaram no calendário do estado do Rio de Janeiro, mas tiveram a origem de seus festivais em outros estados<sup>81</sup>. Uma tendência que verificamos recentemente, é que muitos dos eventos realizam itinerâncias pelo Estado, ampliando desta forma o número de cidades que sediam festivais de cinema e vídeo.

Após a etapa de identificação dos festivais, passamos para a definição do método de coleta de dados, e dos instrumentos utilizados na pesquisa. Elaboramos um questionário onde procuramos aplicar ao maior número de eventos, priorizando os festivais cujas produtoras estavam sediadas no Estado do Rio de Janeiro. Obtivemos a resposta de 40 festivais sediados no Rio de Janeiro e 3 festivais sediados em outros estados. Acreditamos assim, que os resultados aqui analisados, apresentam uma boa amostra deste importante segmento para a cadeia do audiovisual fluminense. Por se tratar de uma amostragem, alguns dados serão apresentados em forma percentual. Alguns dados foram levantados através da resposta dos questionários e a pesquisa em outras fontes de informação, como sites dos próprios eventos, base de dados da Lei Rouanet, entre outros. Isto gerou uma variação do número total dos dados disponibilizados.

Os questionários foram elaborados a partir de 5 eixos: dados cadastrais, referentes à identificação do evento e de seus organizadores; dados culturais, referentes ao perfil do evento, números e perfil de público, formatos e espaços de exibição, perfil das obras exibidas e atividades de formação e reflexão; dados econômicos, referentes aos

---

81 É o caso do É Tudo Verdade – Festival Internacional de Documentários, o Festival Mix Brasil de Cultura da Diversidade, o IN-EDIT – Brasil Internacional Doc Musical, a Mostra Mundo Árabe de Cinema, o Festival de Filmes Outdoor Rocky Spirit. O FATU – Festival Brasileiro de Filmes de Aventura, Turismo e Sustentabilidade, apesar de sua produtora estar sediada fora do Estado do Rio de Janeiro, o evento desde a sua primeira edição é realizado na cidade de Paraty, quase na fronteira entre Rio de Janeiro e São Paulo.

recursos movimentados pelos eventos audiovisuais e das empresas contratadas; dados sociais, iniciativas sociais desenvolvidas pelos eventos, como sessões gratuitas, realização de oficinas, etc. As informações levantadas pelos questionários foram tabuladas e sistematizadas. Além dos questionários aplicados, também obtivemos outras informações referentes ao setor, consultando os resultados de editais de fomento ao segmento dos festivais, e informações referentes à base de dados da Lei Rouanet. Desta forma, isto possibilitou o acesso a um amplo painel de informações, que iremos disponibilizar a seguir.

Para que pudéssemos ter uma dimensão mais regionalizada do setor, optamos em apresentar algumas informações baseadas nas 8 (oito) Regiões Administrativas do Estado do Rio de Janeiro. São elas: Região Metropolitana, Região Norte Fluminense, Região Noroeste Fluminense, Região das Baixadas Litorâneas, Região Serrana, Região do Médio Paraíba, Região Centro-Sul Fluminense e Região da Costa Verde. Esta estratégia nos ajuda a compreender com mais profundidade os dados apresentados, especialmente no cruzamento das informações.

Passemos então para a análise dos dados.

### **3. Dados cadastrais**

O Estado do Rio de Janeiro possui 92 municípios, distribuídos em 8 regiões administrativas. O circuito de festivais fluminense atua em seis destas regiões. Somente as regiões Centro Sul Fluminense, composta por 10 municípios, e a região Noroeste Fluminense, composta por 13 municípios não possuem festivais de cinema. A Região Metropolitana, com 19 municípios que representam 21% do Estado, possui a concentração do maior número de eventos: 82,92% desta região estão concentrados na cidade do Rio de Janeiro. Porém, observamos que nesta localidade, os festivais apresentam uma maior diversidade temática. É também neste município que encontramos a maior número populacional do Estado. No Quadro I podemos observar esta distribuição regional.

Participação dos Festivais por Região Administrativa  
do Estado do Rio de Janeiro - 2013

Região de Governo	Cidade Principal	Número de Festivais	Participação no circuito
Região das Baixadas Litorâneas		4	7,41%
	Armação dos Búzios	1	1,85%
	Cabo Frio	1	1,85%
	Cachoeiras de Macacu	1	1,85%
	Rio Bonito	1	1,85%
Região Centro-Sul Fluminense	–	0	0
Região da Costa Verde		2	3,70%
	Paraty	2	3,70%
Região do Médio Paraíba	2	2	3,70%
	Barra do Piraí	1	1,85%
	Valença (Conservatória)	1	1,85%
Região Metropolitana	40	40	74,07%
	Duque de Caxias	2	3,70%
	Niterói	2	3,70%
	Paracambi	1	1,85%
	Rio de Janeiro	34	62,96%
	São Gonçalo	1	1,85%
Região Noroeste Fluminense	–	0	0
Região Norte Fluminense	3	3	5,55%
	Macaé	3	5,55%
Região Serrana	3	2	3,70%
	Nova Friburgo	1	1,85%
	Teresópolis	1	1,85%
	Petrópolis	1	1,85%
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>15 cidades</b>	<b>54 festivais</b>	<b>100%</b>

Com os dados apresentados acima, observamos que dos 92 municípios do Estado do Rio de Janeiro, 15 possuem festivais de cinema, o que representa 16% de participação. Este desenho geográfico, aponta um crescimento quando incluímos as itinerâncias realizadas por alguns eventos. Do total de 51 festivais que conseguimos aferir em relação a circulação de suas mostras, constatamos que 19 festivais<sup>82</sup> realizam itinerâncias, sendo 17 deles localizados na capital do Estado. Este número elevado demonstra uma tentativa por parte dos organizadores de eventos em descentralizar as ações habitualmente concentradas na capital.

Do ponto de vista da organização destes festivais, observamos que majoritariamente eles são realizados por pessoas jurídicas, o que nos leva a hipótese de uma busca por maior profissionalização destes eventos. O Quadro II demonstra, que somente nas Regiões Norte Fluminense e Serrana, que encontramos eventos organizados por pessoas físicas. Este pequeno número deve-se ao fato de que, mesmo sendo poucas as iniciativas de fomento à estes eventos, na maioria delas exige-se que o proponente ao recurso seja uma pessoa jurídica. No segmento do audiovisual é recorrente a uma tendência dos produtores montarem as suas próprias empresas, ou se associarem a empresas já existentes.

---

82 Três produtores responderam que realizaram os eventos em mais de uma cidade, mas que foi uma ação eventual do ano de 2013. Optamos em não considerar estes eventos como festivais que realizam itinerância.

Participação dos Festivais do Estado do  
Rio de Janeiro por forma de organização - 2013

Região de Governo	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Não respondeu	Total de eventos
Região das Baixadas Litorâneas	0	3	1	4
Região Centro-Sul Fluminense	–	0	0	0
Região da Costa Verde	0	2	0	2
Região do Médio Paraíba	0	2	0	2
Região Metropolitana [exceto Rio de Janeiro]	0	6	0	6
Região Metropolitana [capital]	0	31	3	34
Região Noroeste Fluminense	0	0	0	0
Região Norte Fluminense	2	1	0	3
Região Serrana	2	0	1	3
TOTAL GERAL	4	45	5	54

Como vimos acima, dos 49 festivais apurados, somente 4 são realizados por pessoas físicas. Os outros 45, que representam 91,83% são organizados por pessoas jurídicas. Verificamos também que 39 eventos detalharam as características de suas empresas: 66,66% dos eventos são realizados por empresas com fins lucrativos. Um dado a ser destacado é a presença de órgãos federais na organização de 5 eventos: 4 deles na Região Metropolitana, sendo 3 deles vinculados a Universidade; e um na Região Norte Fluminense, também vinculado à Universidade.

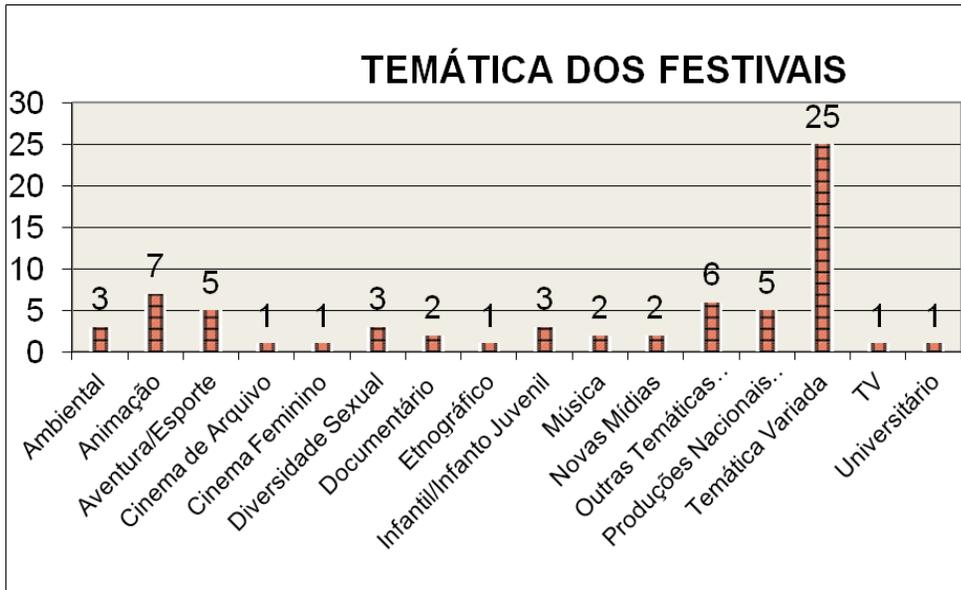
Como havíamos afirmado acima, nas últimas décadas do século XX assistimos ao início do fenômeno do surgimento de inúmeros festivais, nos mais diversos campos artísticos. Este clímax se dá no início do século XXI, quando alguns autores atribuirão a este fenômeno o nome

de “festivalização” da vida cultural. Trata de atribuir aos festivais não mais só uma função artística, mas também uma função voltada ao marketing urbano, provocando a atenção para a cidade onde estes eventos acontecem. Entendemos que os festivais são experiências cidadinas, e neste sentido estabelecem uma pactuação com as cidades onde são realizados, palco do consumo e do espetáculo. Para a nossa surpresa, no levantamento dos dados, observamos que somente dois festivais realizados na Região do Médio Paraíba tiveram o Governo Municipal como proponente do evento.

#### **4. Dados culturais**

Na análise dos dados referentes à dimensão cultural dos festivais, constatamos que o Estado do Rio de Janeiro apresenta uma enorme heterogeneidade entre os eventos analisados: diferentes perfis, diferentes portes, festivais com objetivos distintos, com abrangências variadas, e formas diversas de organização e financiamento. No tocante ao perfil dos festivais, nos chamou a atenção a enorme diversidade de temáticas dos eventos realizados. Este fenômeno da segmentação aparece de forma mais evidente nos festivais realizados na Região Metropolitana, em especial os da cidade do Rio de Janeiro. Temática variada, campos do cinema – documentário, etnográfico, animação -, gênero narrativo – horror -, produção universitária, produção estudantil, produção oriunda de projetos sócio-culturais, cinema infantil, cinema feminino, diversidade sexual, cinema negro, produção televisiva, produção sobre esportes, acessibilidade, performances digitais, filmes musicais, radioatividade, imagens de arquivo, globalidade, cinematografias nacionais. Enfim, o Estado apresenta toda uma gama de temáticas demonstrando a riqueza e diversidade destes eventos, como demonstra o Gráfico I.

Festivais Audiovisuais do Estado do Rio de Janeiro por Perfil Temático - 2013



Observamos também que 46 dos eventos realizados em 2013, possuem caráter competitivo, o que representa 85,18% dos festivais pesquisados. Este destaque às premiações faz com que muitos cineastas se sintam atraídos para exibição de seus filmes neste circuito, que poderá repercutir na carreira comercial de seus filmes. Para Henry Jenkins vivemos um momento de transição onde a convergência midiática está remodelando a relação entre os consumidores e os produtores de mídia (JENKINS, 2009, P.46). Os novos consumidores passam a ser os condutores dos processos de convergência, na medida em que se tornam mais ativos, mais conectados socialmente e de certa forma mais públicos. O engajamento dos espectadores com as premiações de um festival (o voto de público) pode ser um bom exemplo destas transformações citadas por Jenkins.

Em relação à abrangência das obras exibidas, a pesquisa revelou que dos 54 eventos analisados, 12 festivais (22,22%) são dedicados exclusivamente à produção nacional e regional<sup>83</sup>, como demonstra o Quadro III.

#### Participação dos Festivais do Estado do Rio de Janeiro por Abrangência - 2013

ABRANGÊNCIA	Festivais	Participação no circuito
Nacional	27	67,5%
Internacional	25	62,5%
Latino-americano	4	10%
Sul-americano	2	5%
Ibero-americano	3	7,5%
Regional	4	10%
Local	1	2,5%
TOTAL DE EVENTOS APURADOS	40	—

Os festivais desempenham importante papel de mediação e intercâmbio cultural entre as obras audiovisuais e os freqüentadores dos festivais: cinéfilos, críticos, atores, diretores, produtores culturais, e o público em geral. No contexto brasileiro, onde grande parte da nossa produção audiovisual encontra-se alijada das salas de exibição comercial, podemos afirmar que os festivais são poderosas ferramentas para a engrenagem do cinema nacional. As dificuldades encontradas pelos curtametragistas para exibição de suas obras, fazem dos festivais praticamente uma única janela de exibição em

83 Com excessão dos festivais dedicados a uma determinada cinematografia nacional, como o Festival Varilux de Cinema Francês, ou a Mostra do Mundo Árabe, praticamente todos os eventos pesquisados realizam exibições de produções brasileiras.

tela grande no Brasil, o que reforça o papel destes eventos para a promoção e difusão dos filmes curtos.

O crescimento do número de festivais não é um fenômeno exclusivo do Estado do Rio de Janeiro<sup>84</sup>. São vários os motivos que podemos atribuir a este crescimento: a) o aumento significativo da produção audiovisual (sem filmes não há festivais); b) os festivais são um segmento de certa forma atrativo para patrocinadores, devido a sua grande visibilidade; e, c) principalmente pelo surgimento de novas tecnologias que possibilitam um acesso maior às obras e às formas de projeção. Na tabela abaixo observamos que 100% dos questionários respondidos afirmam realizar exposições em formato digital. Porém, o formato 35mm ainda se encontra presente no ano de 2013 em 25% dos eventos. Em relação às projeções digitais o 57,5% dos eventos realizam projeções em formato DVD. Em 2o lugar, o formato arquivo Mov também é utilizado em 50% dos eventos. Somente 12,5% utilizam o formato DCP, utilizado com mais regularidade em salas de cinema comerciais.

Em relação aos espaços de exibição, a pesquisa pode revelar que os festivais promovem exposições nos mais variados espaços: desde salas tradicionais até projeções ao ar livre, passando por tendas, escolas e outras opções. Há eventos que acontecem, inclusive, em cidades onde não há sala de cinema ou espaços adequados para exibição, o que obriga os organizadores a construir espaços alternativos. Nestas cidades, os festivais são a única possibilidade para que a população mantenha contato com o cinema em tela grande.

---

84 Em 2006, o *Diagnóstico Setorial 2007 – Indicadores 2006*, identificou 20 festivais realizados no Estado. Em 2013, este número mais que dobrou.

Espaços de Exibição Utilizados pelos Festivais  
do Estado do Rio de Janeiro - 2013

ESPAÇOS DE EXIBIÇÃO UTILIZADOS PELOS FESTIVAIS	%
Salas de exibição de Espaços culturais	75%
Salas adaptadas em Espaços culturais	42,5%
Salas de exibição / Circuito comercial	40%
Projeções ao ar livre	30%
Tendas/lonas	27,5%
Universidades	25%
Outros	20%
Escolas	15%
Clubes	5%

Observamos que estas opções de exibição podem ocorrer simultaneamente nos eventos, ou seja, um festival pode dispor de salas adaptadas, projeções ao ar livre, em tendas e também de salas do circuito comercial, por exemplo.

As principais características da atividade dos festivais referem-se ao aspecto da *exibição* e da *difusão* dos filmes. Porém constatamos que muitos destes eventos atuam em outros campos culturais. No tocante à *reflexão*, uma tendência observada é que 87,5% dos eventos realizam debates, palestras e seminários, de forma a contribuir para a produção de conhecimentos sobre o produto audiovisual. Do ponto de vista da *formação*, muitos dos festivais analisados afirmaram realizar oficinas (52,5%) e workshops (30%) na área do audiovisual contribuindo para a qualificação do público local. No campo da *preservação*, alguns festivais (7,5%) viabilizam a restauração de obras de cineastas homenageados. 7,5% fazem ações voltadas ao *mercado* de filmes,

que se constituem em espaços privilegiados de compra e venda de produtos audiovisuais, em alguns casos promovendo a realização de negócios de co-produção entre países.

Atividades Paralelas Realizadas pelos  
Festivais do Estado do Rio de Janeiro - 2013

ATIVIDADES PARALELAS	%
Seminários, Palestras, Debates ou Mesas	87,5%
Homenagens	60%
Oficinas	52,5%
Workshops	30%
Espectáculos (Música, Teatro, Dança, etc...)	25%
Exposições	22,5%
Lançamento de Livros	22,5%
Mercado (Market Place)	7,5%
Preservação	7,5%
Outros	5%

Uma outra ação que constatamos na pesquisa, refere-se aos produtos gerados pelos festivais: 25% dos eventos responderam que realizam obras audiovisuais; 17,5% produzem coletâneas de DVDs; e 15% atuam na produção de livros ligados aos eventos.

## 5. Dados sociais

A pesquisa *Mapeamento dos Festivais Audiovisuais Fluminenses* procurou levantar as iniciativas sociais desenvolvidas pelos eventos. Foi possível detectar inúmeras ações atreladas às práticas culturais, como demonstra o quadro abaixo.

Ações Sociais Realizadas pelos  
Festivais do Estado do Rio de Janeiro - 2013

AÇÕES SOCIAIS	%
Sessões gratuitas	82,5%
Formação de plateia (aumento do público em geral)	82,5%
Formação de mão-de-obra (Cursos, Oficinas, etc.)	52,5%
Projeto Escola ou similares	52,5%
Exibições em comunidades de baixa renda	40%
Oferecimento de transporte gratuito	40%
Ações de envolvimento da comunidade com o evento	22,5%
Oferecimento de lanches	22,5%
Serviços de acessibilidade [audiodescrição, tradução, etc...]	17,5%
Contratação de jovens em situação de risco	10%

Observamos que 82,5% dos eventos realizam sessões gratuitas, possibilitando a democratização de acesso aos filmes. Um outro dado que nos chamou a atenção foi o de 82,5% dos organizadores realizarem ações para a formação de plateias. Neste sentido, acreditamos que os festivais exercem um poderoso papel de protagonismo nos processos de transformação simbólica das sociedades na medida em que são pela sua própria natureza, muito ritualizados, midiaticizados

e espetacularizados. Constatamos também que 52,5% dos eventos promovem oportunidades de inserção no mercado de trabalho através das oficinas e cursos voltados para a formação de mão-de-obra. As ações educativas também aparecem em 52,5% dos eventos. Outras ações sociais que foram citadas: projeções em comunidades de periferia, contratação de serviços de acessibilidade e Contratação de jovens em situação de risco para atuação na produção do evento demonstram uma interconexão entre a cultura e o social, num caminho potencial do processo de inclusão.

## **6. Dados econômicos**

A pesquisa procurou levantar dados referentes à economia dos festivais que revelam a importância deste segmento das indústrias criativas e comprovou que os eventos audiovisuais possuem grande capacidade e potencial para contribuir para a produção de bens e serviços culturais com ampliação do mercado de trabalho. Procuramos levantar dados sobre os recursos auferidos (valores e origens), e a aplicação destes recursos na contratação de empresas prestadoras de serviços. O forte potencial econômico do setor pode contribuir para o desenvolvimento econômico do Estado.

Os dados abaixo foram obtidos através de três fontes de informação: os questionários aplicados, consultas através dos sites de leis de incentivo, e resultados dos editais de fomento. Através destes dados foi possível ter uma estimativa dos valores captados, pois nem sempre os dados de captação são disponibilizados pelos produtores de eventos. De qualquer forma, acreditamos que a estimativa nos permite chegar a dados bem aproximados da realidade.

Estimativa do Total de Recursos Movimentados pelos Festivais Audiovisuais  
Fluminenses, Segundo a Origem de Captação - 2013

Tipo de captação	Estimativa Valor captado [Em R\$]	Participação no circuito
Lei Rouanet	6.369.386,00	59,95%
Fundo Nacional de Cultura	6.000,00	0,06%
Governo Federal (exceto MinC – outros Ministérios)	226.280,00	2,13%
Lei Estadual de Incentivo à Cultura	907.568,00	8,54%
Lei Municipal de Incentivo à Cultura	480.000,00	4,52%
Governo Estadual (exceto Lei de incentivo estadual)	156.000,00	1,47%
Governo Municipal (exceto Lei de incentivo municipal)	397.900,00	3,74%
Incentivo financeiro direto (Pessoa Física)	155.000,00	1,46%
Incentivo financeiro direto (Pessoa Jurídica)	802.928,00	7,56%
Financiamento Coletivo ( <i>Crowdfunding</i> )	0,00	0%
Bilheteria	124.700,00	1,17%
Apoio em serviços e/ou bens (Estimativa)	999.264,00	9,40%
<b>TOTAL</b>	<b>10.625.026,00</b>	<b>----</b>

Observamos que 59,95% dos recursos são oriundos da Lei Rouanet. Porém, 87,5% referem-se a festivais realizados na cidade do Rio de Janeiro, o que comprova uma forte concentração dos recursos na capital. No quadro acima, nos chama a atenção o pequeno percentual de recursos oriundos dos municípios (8,26%) e Estado (10,01%), maiores beneficiados com a realização dos eventos em seus territórios. Destaca-se também a participação do apoio em serviços aos eventos. Na pesquisa constatamos que alguns eventos são realizados apenas com recursos obtidos através de apoios captados, o que demonstra o enorme empenho e desejo de seus produtores. A modalidade de

financiamento coletivo, prática recente da produção cultural, não financiou nenhum dos eventos audiovisuais apurados em 2013.

Se compararmos os dados de captação com o quadro abaixo, podemos intuir que o número de eventos que são beneficiados com algum tipo de patrocínio diminui. Na análise dos dados por Região, os eventos da capital citaram 68 vezes alguma modalidade de financiamento, enquanto os eventos fora da capital citaram somente 31 formas de patrocínio.

Estimativa do Tipo de Captação dos  
Festivais Audiovisuais do Estado do Rio de Janeiro - 2013

Tipo de captação	Número de Festivais	Participação no circuito
Lei Rouanet	16	34,78%
Fundo Nacional de Cultura	1	2,17%
Governo Federal (exceto MinC – outros Ministérios)	5	10,87%
Lei Estadual de Incentivo à Cultura	11	23,91%
Lei Municipal de Incentivo à Cultura	5	10,87%
Governo Estadual (exceto Lei de incentivo estadual)	3	6,52%
Governo Municipal (exceto Lei de incentivo municipal)	9	19,56%
Incentivo financeiro direto (Pessoa Física)	5	10,87%
Incentivo financeiro direto (Pessoa Jurídica)	14	30,43%
Financiamento Coletivo ( <i>Crowdfunding</i> )	0	0%
Bilheteria	11	23,91%
Apoio em serviços e/ou bens (Estimativa)	19	41,30%
TOTAL DE FESTIVAIS APURADOS	46	----

Por fim, perguntamos sobre o uso dos recursos na contratação de empresas prestadoras de serviços. Constatamos que as empresas

relacionadas à divulgação do evento, aparecem em maior número das contratações: serviços de divulgação, 70%; serviços gráficos, 67,5%; sítio da internet, 65%; programação visual, 62%; empresa de clipping/ valoração de mídia, 55%. Este fato comprova o forte potencial dos festivais na divulgação e promoção dos filmes, no seu potencial de visibilidade de marcas de patrocinadores. Metade dos eventos (55%) afirmaram contratar empresas de projeção, e 32% empresas de equipamento de som, o que comprova que mesmo na capital, os equipamentos culturais não estão adequados para a complexidade de exibição das obras que demanda um festival. Urge a necessidade de ações voltadas para qualificação e aprimoramento dos equipamentos culturais. Foram listados também serviços de transporte local, e aéreo (47,5%) e empresas de alimentação, 37,5%, serviços estes que mobilizam a economia local.

## **7. Considerações finais**

Se retomarmos a etimologia da palavra “festival”, esta se assemelha a palavra “festa”, cujo significado remete à ideia de celebração, de conagração, de entrelaçamento de pessoal. Do ponto de vista antropológico, os festivais possuem um “ethos participatório” (SILVA, 2012, p.51). Partimos da premissa de que os festivais são fenômenos de comunicação e constituem importantes espaços de sociabilidade e de trocas simbólicas. A construção do público freqüentador de um festival, se dá a partir dos laços de afeto e de sentimento que estes eventos constroem. Os filmes exibidos, os debates promovidos, a identidade visual, em suma, todo o conjunto de estratégias discursivas são compartilhadas pelo público através de uma atmosfera que visa promover um engajamento e um sentimento de pertencimento aos eventos. A experiência de assistir a um filme coletivamente, a presença de artistas que participaram das obras exibidas nas sessões, os debates

seguidos de exibição, são experiências sensoriais que potencializam os festivais como importantes espaços de sensibilização e fruição.

Uma outra questão que gostaríamos de levantar, diz respeito a uma característica que esta atividade apresenta. Quando frequentamos um festival de cinema, esperamos assistir a algo novo (as estreias de filmes, por exemplo), que remete à inovação, à novidade, à invenção e de certa forma à transformação. Jonathan Crary afirma que “parte da lógica do capitalismo, exige que aceitemos como natural o ato de mudar nossa atenção rapidamente, de uma coisa para outra” (CRARY, 2013, p.53) Esta adaptabilidade ao novo, à esta produção continua de novidades que sustenta a atenção se relaciona com a engrenagem dos festivais, lugares de transitoriedade e sazonalidade.

Diante deste contexto de proliferação das tecnologias digitais de comunicação, de múltiplas telas, da demolição entre os espaços de lazer e de trabalho, da individualidade, podemos indagar qual papel que estes eventos exercem na contemporaneidade. Nos anos 70, a pesquisadora Miriam Alencar afirmava, que a importância dos festivais se dava por revelar novos valores e ideias, pelo mercado de venda de filmes, e pelo contato entre as pessoas para a troca de ideias do mundo cinematográfico (ALENCAR, 1978, p.55). Com a proliferação destes eventos, podemos seguramente afirmar que existe uma reconfiguração e ampliação destas funções. Na análise dos números apurados nestes 54 eventos mapeados, vimos que o fenômeno da segmentação, a diversidade de temáticas e a diversidade de perfis demonstram um caráter estratégico para além do mundo do cinema, como era compreendido nos anos 70. A mobilização cultural, social, econômica e turística, só comprovam a potencialidade deste tipo de manifestação cultural que não só contribui para o crescimento regional, como para a circulação da produção audiovisual tanto do país como do mundo. Esperamos que esta pesquisa contribua para este debate.

## Referências

ADORNO, Theodor. “Tempo livre”. In: **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALENCAR, Miriam. **O cinema em festivais e os caminhos do curta-metragem no Brasil**. Rio de Janeiro: Artenova, 1978.

BENJAMIM, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naif, 2004.

CRARY, Jonathan. **Suspensões da Percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna**. São Paulo: Cosac Naif, 2013.

GOETSCHER, Pascale et HIDIROGLOU, Patricia. “Le festival, objet d’histoire”. In: FLÉCHET, Anaïs et alii (orgs.) **Une Histoire des Festivals**. Paris: Publications de la Sorbonne, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência – A colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEAL, Antonio ; MATTOS, Tetê. **Festivais audiovisuais: diagnóstico setorial: indicadores 2006**. Rio de Janeiro: Fórum dos Festivais, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles ; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

\_\_\_\_\_. **Tela global – Mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

NICHOLS, Bill. “Discovering Form, Inferring Meaning – New Cinemas and the Film Festival Circuit”. **Film Quarterly**, vol.47, n. 3, Spring 1994, p.16-30.

ORLY, Pascal. “Qu’est-ce qu’un festival? Une réponse pa l’ histoire”. In: **Une Histoire des Festivals**. Paris: Publications de la Sorbonne, 2013.

SILVA, Marcos Aurélio da. **Territórios do Desejo** [tese] Florianópolis, SC, 2012. (mimeo)



# Anexo

Lista dos festivais apurados que realizaram suas edições em 2013

## REGIÃO METROPOLITANA

Rio de Janeiro	Edição
ANIMA MUNDI – FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMAÇÃO DO BRASIL	21 <sup>a</sup> .
ANIMALDIÇOADOS – FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMAÇÃO DE HORROR	5 <sup>a</sup> .
ASSIM VIVEMOS	6 <sup>a</sup> .
CINEFOOT – FESTIVAL DE CINEMA DE FUTEBOL	4 <sup>a</sup> .
CINESUL – FESTIVAL IBERO-AMERICANO DE CINEMA E VÍDEO	19 <sup>a</sup> .
CURTA CINEMA – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CURTAS DO RIO DE JANEIRO	23 <sup>a</sup> .
DIV.A - DIVERSIDADE EM ANIMAÇÃO	6 <sup>a</sup> .
É TUDO VERDADE – FESTIVAL INTERNACIONAL DE DOCUMENTÁRIOS	18 <sup>a</sup> .
FEMINA – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA FEMININO	10 <sup>a</sup> .
FESTIVAL BRASIL DE CINEMA INTERNACIONAL	1 <sup>a</sup> .
FESTIVAL DE FILMES OUTDOOR ROCKY SPIRIT	3 <sup>a</sup> .
FESTIVAL DO JÚRI POPULAR	5 <sup>a</sup> .
FESTIVAL DO RIO	15 <sup>a</sup> .
FESTIVAL INTERNACIONAL DE TELEVISÃO	11 <sup>a</sup> .
FESTIVAL INTERNACIONAL PEQUENO CINEASTA	3 <sup>a</sup> .
FESTIVAL MIX BRASIL DE CULTURA DA DIVERSIDADE	21 <sup>a</sup> .

Flávia Lages de Castro (coord.)  
 Mário F. de Pragmácio Telles (coord.)

FESTIVAL VARILUX DE CINEMA FRANCÊS	4ª.
FESTIVAL VISÕES PERIFÉRICAS – AUDIOVISUAL, EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS	7ª
FICI - FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA INFANTIL	11ª.
FILMAMBIENTE - FESTIVAL INTERNACIONAL DE AUDIOVISUAL AMBIENTAL	3ª.
GBLALE RIO – FESTIVAL INTERNACIONAL DE FILMES SOBRE GLOBALIZAÇÃO	3ª.
IN-EDIT – BRASIL INTERNACIONAL DOC MUSICAL	5ª
MFL - MOSTRA DO FILME LIVRE	12ª.
MOSTRA CINEMA E DIREITOS HUMANOS NA AMÉRICA DO SUL	8ª.
MOSTRA INTERNACIONAL DO FILME ETNOGRÁFICO	20ª.
MOSTRA LIVE CINEMA	6ª.
MOSTRA MUNDO ÁRABE DE CINEMA	8ª.
MOSTRA OLHOS NEGROS	5ª.
RECINE - FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE ARQUIVO	12ª.
RIO FESTIVAL GAY DE CINEMA	3ª.
RIO MOUNTAIN FESTIVAL – MOSTRA INTERNACIONAL DE FILMES DE MONTANHA	13ª.
RIOFAN - FESTIVAL FANTÁSTICO DO RIO	4ª.
SEMANA DOS REALIZADORES	5ª.
URÂNIO EM MOVI(E)MENTO - URANIUM FILM FESTIVAL – FESTIVAL INTERNACIONAL DE FILMES SOBRE ENERGIA NUCLEAR	3ª.
<b>Duque de Caxias</b>	<b>Edição</b>
BAIXADA ANIMADA – MOSTRA IBEROAMERICANA DE CINEMA DE ANIMAÇÃO	7ª.
VER CINE – FESTIVAL BRASILEIRO DA BAIXADA FLUMINENSE	1ª.
<b>Niterói</b>	<b>Edição</b>
ARARIBÓIA CINE – FESTIVAL FLUMINENSE	12ª.
FESTIVAL DE VÍDEOS IMAGENS EM DIÁLOGO	2ª.

<b>Paracambi</b>	<b>Edição</b>
CINE FACES FESTIVAL - FESTIVAL DE CURTAS-METRAGENS DA BAIXADA FLUMINENSE	3ª.
<b>São Gonçalo</b>	<b>Edição</b>
ANIMA-SÃO - FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMAÇÃO DE SÃO GONÇALO	3ª.

## **REGIÃO NORTE FLUMINENSE**

<b>Macaé</b>	<b>Edição</b>
ANIMA CINE MACAÉ - FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE ANIMAÇÃO DE MACAÉ	1ª.
MACAÉ CINE - FESTIVAL DE CINEMA DE MACAÉ	4ª.
FESTIVAL CINEMA AMBIENTAL DA UFRJ MACAÉ	2ª.

## **REGIÃO SERRANA**

<b>Nova Friburgo</b>	<b>Edição</b>
MOSTRA CINEMA POPULAR BRASILEIRO	10ª.
<b>Petrópolis</b>	<b>Edição</b>
MOSTRA DE AUDIOVISUAL DE PETRÓPOLIS	4ª.
<b>Teresópolis</b>	<b>Edição</b>
ANIMASERRA – FESTIVAL NACIONAL DE CINEMA DE ANIMAÇÃO, QUADRINHOS E GAMES DA REGIÃO SERRANA DO RIO DE JANEIRO	8ª.

Flávia Lages de Castro (coord.)  
Mário F. de Pragmácio Telles (coord.)

## REGIÃO DAS BAIXADAS LITORÂNEAS

<b>Armação de Búzios</b>	<b>Edição</b>
BÚZIOS CINE FESTIVAL	19ª.
<b>Cabo Frio</b>	<b>Edição</b>
CURTA CABO FRIO – FESTIVAL DE AUDIOVISUAL DA COSTA DO SOL	6ª.
<b>Cachoeira de Macacu</b>	<b>Edição</b>
MACACUCINE - FESTIVAL DE CINEMA DE CACHOEIRAS DE MACACU	7ª.
<b>Rio Bonito</b>	<b>Edição</b>
CINE RIBA - FESTIVAL DE CINEMA DE RIO BONITO	4ª.

## REGIÃO DO MÉDIO PARAÍBA

<b>Barra do Pirai</b>	<b>Edição</b>
FESTCINE - FESTIVAL INTERNACIONAL ESTUDANTIL DE CINEMA DE BARRA DO PIRAI	4ª.
<b>Conservatória</b>	<b>Edição</b>
FESTIVAL CINE MÚSICA	7ª.

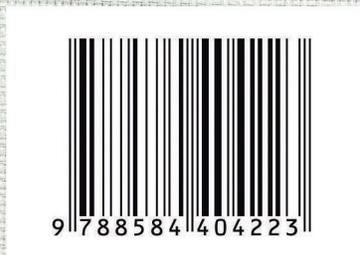
## REGIÃO DA COSTA VERDE

<b>Paraty</b>	<b>Edição</b>
FATU – FESTIVAL BRASILEIRO DE FILMES DE AVENTURA, TURISMO E SUSTENTABILIDADE	9ª.
FESTIVAL MIMO DE CINEMA	10ª.

Este livro é produto do Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro, uma realização possível através do convênio entre o Ministério da Cultura e a Universidade Federal Fluminense .

As pesquisas aqui refletidas foram realizadas durante o ano de 2014 a partir do OBEC - RJ e seus pesquisadores doutores e mestres, bem como alunos de pós-graduação e graduação associados.

ISBN: 9788584404223



[www.lumenjuris.com.br](http://www.lumenjuris.com.br)