UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

CAIO LOURENÇO DE FIGUEIREDO

ECONOMIAS CRIATIVAS:
A CULTURA PARTICIPATIVA COMO UMA VIA POSSÍVEL

Brasília-DF
Outubro de 2021

CAIO LOURENÇO DE FIGUEIREDO

ECONOMIAS CRIATIVAS:
A CULTURA PARTICIPATIVA COMO UMA VIA POSSÍVEL

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação de Brasília, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional sob orientação da Professora Doutora Fabíola Orlando Calazans Machado.

Brasília-DF
Outubro de 2021

Lourenço de Figueiredo, Caio
ECONOMIAS CRIATIVAS: A cultura participativa como uma via possível / Caio Lourenço de Figueiredo; orientadora Fabíola Orlando Calazans Machado;
- Brasília, 2021.

66 p.

Dissertação (TCC - TCC em Comunicação) --
Universidade de Brasília, 2021.

1.Economia Criativa. 2. Participação. 3.Cultura Participativa. 4. Produção Cultural. 5. Neoliberalismo. Orlando Calazans Machado, Fabíola, orient. II. Título

CAIO LOURENÇO DE FIGUEIREDO

ECONOMIAS CRIATIVAS:
A CULTURA PARTICIPATIVA COMO UMA VIA POSSÍVEL

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação de Brasília, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional sob orientação da Professora Doutora Fabíola Orlando Calazans Machado.

BANCA EXAMINADORA

_____
Profª. Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado (Orientadora)

_____
Profª Dra. Fernanda Casagrande Martinelli Lima Granja Xavier da Silva (Membro)

_____
Profª. Me. Alice Roberte de Oliveira (Membro)

_____
Profª Dra. Liziane Soares Guazina (Suplente)

Agradecimentos

Queria agradecer primeiramente à minha mãe, que nunca poupou esforços quando o assunto era estudo. Enfrentou praticamente sozinha as dificuldades impostas e de maneira brilhante e possível, se dispôs de tudo e mais um pouco para que eu e meu irmão conseguíssemos trilhar um caminho rumo aos nossos objetivos. A concretude deste trabalho de conclusão de curso só é possível por meio dela.

Outro impulso fundamental para a minha construção enquanto indivíduo foi o reencontro com meu pai. Por mais que mantivéssemos um contato periódico e espaçado, sua vinda ao Distrito Federal e a possibilidade de morarmos juntos foi de suma importância para mim e para todo processo desse trabalho. Compartilhar morada com meu pai, minha madrasta e minhas três irmãs fez toda a diferença. Sou privilegiado de ter visões de mundo e de vida parecidas com as deles e assim, poder compartilhar, discutir e vislumbrar novas perspectivas acerca desse mundo nebuloso.

Nesse aspecto, entra a Obi Produtora de Cultura (@obitanacasa). Um projeto independente, do Distrito Federal, que envolve cerca de 20 pessoas que produzem cultura na capital do país. Enquanto um dos idealizadores da organização, a Obi serviu de laboratório para observações, análises e práticas que permeiam a Cultura Participativa abordada neste trabalho. Entre artistas, músicos, produtores executivos, produtores musicais, designers, fotógrafos, *videomakers* e assessores de imprensa, os integrantes da Obi dão continuidade ao nosso sonho coletivo de causar mudanças por meio da cultura. Por meio do trabalho coletivo e pelo compartilhamento de mesmos interesses, nada seria possível sem qualquer um deles.

Queria agradecer e registrar nominalmente algumas das pessoas que fizeram a total diferença na minha vida, na qual se estou aqui, é por cada um deles: Breno Lourenço, Filipe Alemar, Kleber Cardoso, Iago Góes, Gabriel Guimarães, João Luz, Pedro Torres, Caio Pelúcio, Júlio César, Lara Santos, Danilo Flor, Matheus Ferreira, Isabela Ottoni, Isabela Berrogain, Luma Bessa e Júlia Fialho.

Por fim, obrigado à minha orientadora Fabíola Calazans que acreditou no trabalho e impulsionou o pensamento crítico e a busca contínua por conhecimento.

“Cale o cansaço, refaça o laço
Ofereça um abraço quente
A música é só uma semente
Um sorriso ainda é a única língua que todos entende
[...] E tudo, tudo, tudo, tudo que nós tem é nós
Tudo, tudo, tudo que nós tem é
Tudo, tudo, tudo que nós tem é nós”.
Principia - Emicida

RESUMO

Dentro do contexto contemporâneo, o capitalismo global e o neoliberalismo se configuram como dominantes. Vivemos culturalmente em uma época marcada pelo consumismo e pela expansão da lógica do capital às relações sociais e a todas esferas da vida. Nesse sentido, a produção de cultura é permeada por tal lógica, que acaba de certa forma, ofuscando o real valor e potência dos bens e serviços culturais como vetor de mudanças sociais, econômicas e culturais. Isso se dá pois o modelo capitalista pressupõe atores hegemônicos, caracterizados por terem um maior acúmulo de capital e por uma liderança cultural-ideológica perante a outros atores. Dessa maneira, a produção de cultura como um fator de desenvolvimento social, econômico e político, pode acabar por privilegiar a hegemonia do mundo capitalista, ao invés dos atores que a produzem e a sociedade civil. A Economia Criativa surge como uma rede entre Indústrias Criativas, atores criativos, cidades e sociedade civil que, de alguma maneira, pode proporcionar esse desenvolvimento. Impulsionada por instituições como a UNESCO, é criado um movimento universalista que junta a cultura ao desenvolvimento, sendo capaz de emancipar, sobretudo, países caracterizados como "subdesenvolvidos". A criatividade é vista como a essência e a matéria prima das Indústrias Criativas e da Economia Criativa, a qual, teoricamente, faz com que a produção de cultura seja possível a todos. Todavia, esse discurso é uma das fábulas nas quais Milton Santos (2000) enxerga como construtoras do mundo capitalista globalizado. Essas mentiras, quando repetidas diversas vezes, ajudam na manutenção da vigência do capitalismo enquanto sistema dominador e explorador do trabalho e dos indivíduos. Nesse sentido, a Economia Criativa, por mais do seu importante caráter como vetor de mudanças políticas e sociais, acaba por perpetuar discursos e fábulas que favorecem apenas o desenvolvimento de atores hegemônicos do mundo capitalista. A Cultura Participativa aparece como uma forma de explorar a real potência acerca da Economia Criativa, a qual a produção de bens e serviços culturais podem construir novos símbolos, novas identidades, novas formas de se identificar e atuar, sobretudo politicamente, no mundo contemporâneo.

Palavras-chave: Economia Criativa, Participação, Cultura Participativa, Produção Cultural, Neoliberalismo**.**

ABSTRACT

Within the contemporary context, global capitalism and neoliberalism are configured as dominant. We live culturally in an era marked by consumerism and the expansion of the logic of capital to social relations and all spheres of life. In this sense, the production of culture is permeated by such a logic, which ends up, in a certain way, obscuring the real value and power of cultural goods and services as a vector for social, economic, and cultural changes. This happens because the capitalist model presupposes hegemonic actors, characterized by a greater accumulation of capital and by a cultural-ideological leadership over other actors. Thus, the production of culture as a factor in social, economic and political development may end up favoring the hegemony of the capitalist world, instead of the actors that produce it and the civil society. The Creative Economy emerges as a network between Creative Industries, creative actors, cities and civil society that can somehow provide this development. Driven by institutions such as UNESCO, a universalist movement is created that brings culture and development together, being able to emancipate, above all, countries characterized as "underdeveloped". Creativity is seen as the essence and the raw material of Creative Industries and Creative Economy, which, theoretically, makes the production of culture possible for everyone. However, this discourse is one of the fables that Milton Santos (2000) sees as constructing the globalized capitalist world. These lies, when repeated several times, help maintain the validity of capitalism as a system that dominates and exploits labor and individuals. In this sense, Creative Economy, despite its important character as a vector of political and social change, ends up perpetuating discourses and fables that only favor the development of hegemonic actors of the capitalist world. Participatory Culture appears as a way to explore the real power about Creative Economy, in which the production of cultural goods and services can build new symbols, new identities, new ways of identifying and acting, especially politically, in the contemporary world.

Keywords: Creative Economy, Participation, Participatory Culture, Cultural Production, Neoliberalism.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BID – Banco Interamericano do Desenvolvimento

DPIs – Direitos a Propriedade Intelectual

Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

MinC – Ministério da Cultura

TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio Desenvolvimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação

SUMÁRIO

RESUMO

1. INTRODUÇÃO……13

1.1 Mundo globalizado e a transformação cultural……....14

1.2 O poder neoliberal……....19

1.3 Cultura e Comunicação…….……...23

2. INDÚSTRIAS CRIATIVAS……..……..28

2.1 A Economia Criativa…….…...32

2.2 A cultura da Economia Criativa…….……..37

2.3 O trabalho criativo e a formação de identidades…….…….42

3. A PARTICIPAÇÃO……..……45

3.1 Cultura Participativa……..……...49

3.2 As Economias Criativas enquanto participação política……..……...53

3.3 A Cultura Participativa como possibilidade às Economias Criativas…..……56

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS……..……59

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS…….……..65

1. Introdução

O contínuo desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) vêm alterando a estruturação do nosso mundo contemporâneo. Em um contexto cujo neoliberalismo tem se tornado cada vez mais dominante, essas tecnologias configuram importante meio para expansão do capitalismo e da sua lógica para nossas relações sociais e para as demais esferas da vida. Esse sistema político e econômico se sustenta, sobretudo, em crenças e ideologias que o geógrafo brasileiro Milton Santos (2000) considera como fábulas, as quais a partir de suas repetições, servem para a manutenção de sua vigência enquanto estrutura dominante.

A cerne do capitalismo está ligada intimamente à desigualdade entre pessoas, pois baseado no acúmulo de capital, parte do princípio que para um ganhar, outro tem que perder. Nesse sentido são criados diversos discursos e práticas que amenizem esse fato ou que o façam ser no mínimo aceitável para a maioria da sociedade. O neoliberalismo, para além de uma doutrina econômica, mas como um modo de pensar e viver, tenta preencher as lacunas deixadas pelas consequências negativas do *modus operandi* capitalista.

Nesse contexto, a Economia Criativa aparece como uma saída, a qual junta a produção de bens e serviços culturais com o desenvolvimento social, econômico e político, podendo emancipar indivíduos, grupos e sociedade. O trabalho baseado na criatividade e na produção de cultura se torna uma forma de expressar identidades e afirmar, com cada vez mais potência, visões e perspectivas diferentes das quais são dominantes, desiguais e exploratórias. Todavia, em termos práticos, o trabalho criativo é permeado de um espírito empreendedor, caracterizado pela autonomia e individualização do trabalhador, pelas longas jornadas de trabalho e pela informalidade.

Esta monografia traz uma perspectiva crítica acerca da Economia Criativa, que por mais do seu real potencial enquanto geradora de melhorias e de construção de novas perspectivas políticas e culturais sobre o mundo, acaba por muitas vezes servindo de instrumento para a manutenção de um sistema vigente que preza pela competitividade generalizada e a individualização do indivíduo. A partir da colaboração e de uma Cultura Participativa, delinearemos as possibilidades que a Economia Criativa têm para ser um grande vetor de mudanças e de um real desenvolvimento para as pessoas e a sociedade. Nos

moldes atuais, esse desenvolvimento acaba por favorecer e privilegiar a hegemonia do mundo capitalista, podendo impulsionar ainda mais a expansão de uma retórica neoliberal.

1.1 Mundo globalizado e a transformação cultural

A globalização vende a ideia de que estamos todos conectados em uma aldeia global assegurada pelo mundo midiatizado contemporâneo, no qual marchamos rumo ao progresso contínuo em um ambiente completamente democrático. À luz dessa narrativa forjada, diz-se que todos temos a possibilidade de ser quem desejamos ser. Tal mentira, é uma das muitas que servem de alicerce para o avanço capitalista por todo o mundo.

Para o geógrafo e intelectual brasileiro Milton Santos (2000), em seu livro **Por uma outra globalização**, vende-se a ideia de que o mundo tem se tornado, para todos, ao alcance da mão, perpetuando-se, assim, a fantasia de que as oportunidades estão disponíveis igualmente a quaisquer indivíduos. A replicação dessas falácias se faz necessária para a manutenção do sistema vigente. A partir da leitura de Maria Conceição Tavares (1999), Milton Santos (2000, p. 9) expõe que este mundo globalizado, visto enquanto fábula, "erige como verdade um certo número de fantasias, cuja repetição, entretanto, acaba por se tornar uma base aparentemente sólida de sua interpretação".

Não podemos deixar de pensar que um sistema econômico cujos alicerces são a propriedade privada e o acúmulo de capital, estrutura-se para que tais insumos se concentrem nas mãos de poucos atores sociais. Os demais precisam subjugar-se a esse sistema, em razão de uma série de condições adversas impostas pelo próprio capitalismo. Essa forma de pensar a economia e o mundo pressupõe condições de desigualdade, tendo em vista que o acúmulo de capital por parte de poucos apresenta como premissa a ideia de que para que um indivíduo possa ganhar, outro, necessariamente, tem que perder. Para que essa estrutura econômica e política funcione são precisos discursos e fantasias que tornem o *modus operandi* do capitalismo, ao menos, aceitável para grande parte das pessoas. Com o intuito de ser no mínimo aceito, é preciso que uma máquina ideológica seja capaz de sustentar as ações preponderantes da atualidade, as quais são estruturadas a partir de peças que se alimentam mutuamente e colocam em movimento elementos cruciais para a continuidade desse sistema (SANTOS, 2000).

Dentro da lógica capitalista e de seu modo de dominação, apresentam-se atores hegemônicos[1], caracterizados por possuírem um maior acúmulo de capital. Em uma sociedade pautada por esse capital, tais atores detêm o controle das rédeas do mundo e possuem os instrumentos para fazerem mudanças profundas nas lógicas políticas, econômicas e sociais. Esse poder se potencializa com a transformação cultural que estamos vivenciando.

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) são essenciais para o mundo midiatizado em que vivemos. A internet, o encurtamento das distâncias e as diferentes perspectivas de tempo têm impactado diretamente na forma que nos relacionamos com os outros e com o mundo. O conjunto desses meios técnicos e seu contínuo avanço proporcionam mudanças significativas à sociedade contemporânea. O sociólogo Stuart Hall (1997) vê as TICs como fator determinante para expansão dos meios de produção, circulação e troca cultural. Nesse processo, a cultura assume um papel essencial na estrutura e na organização da sociedade contemporânea (HALL, 1997), influenciando diretamente a distribuição de recursos econômicos e materiais ao redor do mundo.

O sociólogo e teórico da cultura Raymond Williams (2005), em **Cultura e Materialismo** (2005), assevera que, em qualquer sociedade e em qualquer período específico, há um sistema *central* de práticas, significados e valores os quais podemos chamar de "dominante" e "eficaz" (WILLIAMS, 2005, p. 53; grifo do autor). Ele entende que tal sistema central consiste em "todo um conjunto de práticas e expectativas, do investimento de nossas energias e a nossa compreensão corriqueira da natureza do homem e do seu mundo" (WILLIAMS, 2005, p. 53).

Ao abordar a questão da cultura dominante, o sociólogo e autor galês afirma que somente conseguimos compreendê-la, se entendermos o seu processo de "incorporação" (WILLIAMS, 2005, p. 54). Esse sistema central depende de uma "tradição seletiva" (WILLIAMS, 2005, p. 54), isto é, a forma pela qual a cultura dominante, entendida como "tradição" é passada adiante, de maneira intencional e estratégica por meio de uma seleção na qual certos significados são escolhidos e enfatizados em detrimento de significados e práticas que são negligenciados e excluídos. Em um mundo globalizado e orientado por atores hegemônicos, tal influência nesse processo é de suma importância para entendermos

[1] A partir da leitura de Gramsci (1999), Fabíola Calazans (2007, p. 20) em seu trabalho **Tecnocapitalismo, telefonia móvel e impactos socioculturais**, se refere à hegemonia como "uma liderança cultural-ideológica de um grupo em relação a outro. Conquistada por meio de um longo processo histórico, a liderança é constituída de acordo com as relações de força e de poder sociais, na medida em que abarca a construção e a reprodução de um consenso, isto é, da legitimação dos interesses de uma classe ou grupo em relação aos demais."

as maneiras pelas quais se perpetuam fábulas e ideologias capitalistas na sociedade contemporânea. Dessa maneira, neste trabalho, compreendemos a noção de cultura como a do conjunto de significados e valores que, do modo como são experimentados como prática, confirmam-se mutuamente. (WILLIAMS, 2005).

A tendência do mundo globalizado e sua cultura dominante é a de submeter práticas e valores que sejam diferentes dos propostos pelo sistema capitalista. Conjuntos de significados e valores que contradizem elementos desse sistema central dominante são reinterpretados, diluídos ou deslocados com a finalidade de dar suporte ou evitar contestação à cultura dominante (WILLIAMS, 2005). Todavia, nenhuma cultura dominante pode esgotar a variedade da prática, da energia e da intenção humana (WILLIAMS, 2005), não excluindo, portanto, outros conjuntos de significados e valores, por completo.

Em um mundo em expansão de produção, circulação e trocas culturais (HALL, 1997), a cultura ganha um aspecto cada vez mais potente e influente na vida das pessoas, podendo, ainda, ser usada por atores hegemônicos de forma efetiva e, não raro, perigosa. Visando à manutenção e à expansão do sistema econômico vigente, tais atores hegemônicos orientam e se utilizam da cultura para reorganizar a subjetividade do indivíduo e reestruturar a sociedade, com a finalidade, tão somente, de suprir seus próprios interesses, maximizando seu acúmulo de capital e, assim, seus lucros.

Entretanto, de acordo com Williams (2005), a cultura dominante não pode ser vista apenas como um conjunto de significados e valores manipulados. Ela é vívida e organizada, envolve expectativas e práticas. A orientação dos agentes hegemônicos implica a constituição de "um sentido de realidade para a maioria das pessoas em uma sociedade, um sentido absoluto por se tratar de uma realidade vivida, além do qual se torna muito difícil para maioria dos membros da sociedade mover-se e que abrange muitas áreas de suas vidas" (WILLIAMS, 2005, p. 53).

Além de aspectos culturais, há o surgimento de um mercado dito global que, de acordo com os interesses de atores hegemônicos, visa à uniformidade e à homogeneização do planeta (SANTOS, 2000). Esse mercado é composto por empresas globais, oligarquias políticas e econômicas, segundo as quais suas únicas preocupações são com elas mesmas, pautadas pelo acúmulo de capital e pelo lucro.

O mercado global compõe um símbolo libertador do capitalismo contemporâneo. As empresas globais que o constituem são apresentadas como salvadoras em função do aporte de emprego, sobretudo, em lugares e em regiões com pouca estrutura, onde criam-se oportunidades de trabalho e modernização. Isso pode ser visto em fábricas instaladas em

países na Ásia e no Oriente Médio, que se beneficiam de mão de obra barata e das poucas condições oferecidas pelo poder público à população.

Dessa maneira, os governos locais passam a ser subordinados, criando-se uma "não-política", isto é, "a política feita pelas empresas" (SANTOS, 2000, p.33), o que acaba contestando a soberania dos Estados e instaurando um sentimento de indispensabilidade dessas estruturas. Tais empresas impõem o funcionamento desse mercado global e, assim, das regiões por elas influenciadas, reproduzindo suas próprias bases de funcionamento, a começar pela competitividade (SANTOS, 2000).

As mudanças aqui descritas continuam ocorrendo de uma maneira rápida, nunca antes vivenciada. Tais avanços tecnológicos nos colocam em um período de tempo único, confuso e complexo. Se antes as transformações aconteciam de forma mais localizada e processual, como nos países da Europa durante o mercantilismo e as revoluções industriais, hoje, "essas mudanças culturais globais estão criando uma rápida mudança social - mas também, quase na mesma medida, sérios deslocamentos culturais" (HALL, 1997, p. 18).

Encabeçadas pelas grandes empresas e pelos demais atores hegemônicos do capitalismo, a transformação cultural global impõe um domínio ocidental perante o mundo, enfraquecendo países emergentes que tentam ditar seu próprio desenvolvimento. Essa homogeneização ignora saberes e valores locais, o que escancara a faceta do capitalismo de dominação diante do outro.

É interessante ressaltar que por mais do caráter homogêneo dessa expansão, esses processos de avanço são distribuídos de maneira irregular e, inclusive, estratégica, cujas consequências não são de fácil previsão (HALL, 1997). Essa irregularidade de ritmo da mudança cultural em diferentes locais impulsiona diversas reações como, por exemplo, a criação do Estado Islâmico no Oriente Médio ou reações culturais conservadoras, como o nacionalismo voltado para a afirmação da tradição e dos valores. O autor (1997, p. 20) salienta que esses movimentos podem ser considerados como "parte do retrocesso causado pela disseminação da diversidade efetuada pelas forças da globalização cultural".

O fato de nenhuma cultura dominante conseguir esgotar por completo práticas e formas de viver humanas abre possibilidade para diversas reações opositoras à homogeneização proposta pelos agentes hegemônicos. Contudo, uma cultura dominante não pode permitir que "práticas e experiências fiquem fora do seu domínio sem correr certo risco" (WILLIAMS, 2005, p.57), assim, há uma contínua tensão entre forças dominantes e forças opositoras, a qual abre um leque de possibilidades acerca da produção de cultura. O conflito constante e a expansão apontados por Stuart Hall (1997) criam um ambiente

propício para que novas práticas, sentidos e experiências sejam continuamente criadas. Williams (2005, p. 57) denomina cultura "emergente" a esse conjunto de novas práticas, sentidos e experiências que surgem continuamente. Essa troca diversa entre culturas, que acontece durante a contínua tentativa de expansão cultural dos atores hegemônicos, possibilita a criação de alternativas híbridas (HALL, 1997), cujo resultado é a produção de caminhos diferentes à *McDonaldização* do globo.

As TICs configuram-se como instrumentos utilizáveis não apenas pelos agentes hegemônicos, mas por todas as pessoas cujo acesso a elas está disponível. Milton Santos (2000) vê uma possibilidade cada vez maior da utilização das TICs e demais instrumentos por atores que são contrários ou se colocam como alternativa à cultura dominante do capitalismo contemporâneo. Nesse sentido, se os instrumentos usados por essas hegemonias são reutilizados, o conteúdo não o é (SANTOS, 2000). Os atores contra-hegemônicos têm a base de sua cultura concentrada em sua localidade, em seu território e em sua herança. Ela associa-se, intimamente, ao "cotidiano dos pobres, das minorias, dos excluídos, por meio da exaltação da vida de todos os dias" (SANTOS, 2000, p. 70), tendo uma potência reveladora contra as fábulas e as narrativas forjadas pelos discursos proferidos na tentativa de homogeneização da cultura dominante.

Dessa forma, os conjuntos de práticas, significados e valores que servem de alternativa ou oposição para o avanço capitalista são de suma importância para conter a dominação de uma cultura dominante. Tendo em vista que a hegemonia, como dito antes, constitui um sentido de realidade para a maioria das pessoas (WILLIAMS, 2005), os atores e os movimentos contra hegemônicos por meio da apropriação de instrumentos inicialmente não pensados a eles, trazem à luz suas realidades e histórias, escancarando muitas vezes, as mentiras e fábulas do capitalismo e da globalização.

Por mais da potência que as TICs possibilitam às culturas que são alternativas e opositoras à cultura dominante do mundo globalizado, vivemos em um mundo cheio de mazelas, onde o desemprego é crônico, a desigualdade continua crescendo e os preconceitos encontram lugares seguros para serem destilados sem as devidas consequências. Milton Santos (2000) vê a globalização impondo-se como uma fábrica de perversidades, e tal perversidade sistêmica é a raiz de todas as mazelas. Conforme o autor:

> [...] A evolução negativa da humanidade tem relação com a adesão desenfreada aos comportamentos competitivos que atualmente caracterizam as ações hegemônicas. Todas essas mazelas são direta ou indiretamente imputáveis ao presente processo de globalização (SANTOS, 2000, p. 10).

Na lógica de fantasias e fábulas que se repetem, tais falácias precisam estar em constante mudança porque "a realização do mundo atual exige como condição essencial ao exercício de fabulações" (SANTOS, 2000, p. 10). Essa condição faz com que discursos como meritocracia, competitividade, mínima participação do Estado e alto desempenho sejam utilizados para justificar todas as mazelas apontadas por Milton Santos (2000). Tais discursos e fábulas capitalistas encontram morada na maneira contemporânea de se pensar o liberalismo.

1.2 O poder neoliberal

Em seu início, o liberalismo econômico toma força na França, no século XVIII. O país, assim como outros da Europa daquela época, sofria com fortes regulamentações e sanções a partir das políticas mercantilistas, que beneficiavam, sobretudo, as companhias de comércio privilegiadas, as responsáveis pela gestão dos tratos mercantis. A relação colônia e cidade estava estremecida, pois, a partir do grande avanço para a África e Américas, fez-se uma grande riqueza às custas da exploração econômica, da escravidão, do estupro e do assassinato de pessoas e povos cujas identidades e subjetividades foram negadas pelos exploradores. Esses comerciantes desejavam uma parte do lucro que as companhias monopolizadoras privilegiadas obtinham, estavam fartos de leis e impostos acerca de seu trabalho, queriam comércio livre (HUBERMAN, 1936). É nesse contexto que o liberalismo clássico surge, o *Laissez-faire*, que em francês significa "Deixem-nos em paz!", lema dos fisiocratas, a primeira "escola" de economistas, defensores da eliminação de restrições e impostos a favor do livre comércio. No avanço da teoria econômica liberal Adam Smith, o economista e filósofo inglês, defendia que "o mercado se amplia no máximo possível pelo comércio livre. Portanto, o comércio livre proporciona a maior *produtividade.*" (HUBERMAN, 1936, grifo nosso)**.**

Durante as revoluções industriais que compreenderam o século XVIII e o início do século XX, caracterizadas pela mecanização dos processos, surgimento de máquinas, novas fontes de energia e modelos de produção, a produtividade ganhou aspecto essencial para o funcionamento das novas indústrias. Junto dela, surgiram questionamentos acerca do custo que essa produtividade causaria, sobretudo para os trabalhadores. A divisão entre ricos e pobres se acentuou, "de um lado a grande massa do povo trabalhando duramente, voltando à

noite para os miseráveis buracos onde moravam, que não serviam nem para porcos; de outro lado, algumas pessoas que nunca sujaram a mão com trabalho [...] e viviam como reis." (HUBERMAN, 1936, p. 142). Huberman (1936), em seu livro **A História da Riqueza do Homem**, traz um testemunho do século XIX, do artesão Thomas Heath, que retrata o sentimento do trabalhador no contexto da Inglaterra:

> Pergunta: Tem filhos?
> Resposta: Não. Tinha dois, mas estão mortos, graças a Deus!
> Pergunta: Expressa satisfação pela morte de seus filhos?
> Resposta: Sim. Agradeço a Deus por isso. Estou livre do peso de sustentá-los, e eles, pobres criaturas, estão livres dos problemas desta vida mortal. (HUBERMAN, 1936, p. 142).

Aquele sistema político e econômico que estava sendo implementado deu origem a diversas oposições, sobretudo dos trabalhadores, que pensavam em novas maneiras e possibilidades de estruturar a economia e a sociedade. Karl Marx foi um dos principais pensadores que discordavam da estrutura vigente e viu uma sociedade dividida em classes na qual seriam os trabalhadores os responsáveis de dar as rédeas do mundo, e não os agentes hegemônicos da época. Junto da colaboração de Friedrich Engels, teórico e revolucionário alemão, as ideias marxistas levaram a uma série de protestos e revoltas contra os capitalistas, configurando um estado quase permanente de conflito entre o proletariado, quem não detinha os meios de produção, e a burguesia, quem comandava as indústrias, detinha os meios e enriquecia a custo da exploração dos trabalhadores. Algumas ideias de Marx e Engels expostas também no Manifesto Comunista (1848), o qual escreveram juntos no século XIX, perduram até os dias de hoje. A argumentação principal do trabalho de Marx tem como alicerce a ideia de que "o capitalismo se baseia na exploração do trabalho" (HUBERMAN, 1936, p 172) e isso ocorre durante todo o processo capitalista até a contemporaneidade.

No século seguinte, XX, aconteceram as I e II Guerras Mundiais, que culminaram, sobretudo, na expansão do imperialismo estadunidense pelo mundo. Ações como o Plano Marshall, de ajuda à reconstrução do continente europeu pós II Guerra Mundial, fortaleceram os Estados Unidos. Entretanto, o capitalismo sofreu duras críticas após o fim da guerra. Tais críticas foram embaladas pela crise de 1929, na qual a bolsa de valores de Nova Iorque quebrou, o medo de novos conflitos, de novas crises econômicas, do desemprego e da fome (GUERRA, 2010) fizeram com que a sociedade ansiasse por

segurança e garantias. Não se via proteção nas medidas capitalistas de livre comércio e competitividade.

Nesse contexto, as teorias de John Kaynes ganharam os holofotes e a defesa da intervenção estatal como regulamentador em casos extremos, serviram de “bengala e apoio ideológico na gestão do capitalismo” (GUERRA, 2010; HUBERMAN, 1936). O crescimento da ação do Estado fez com que uma parte do mundo vivenciasse um período de prosperidade. Todavia, durante esse período, houve o aumento das ditaduras militares, sobretudo na América Latina, e um descontentamento com a ameaça de guerras, com a ausência de liberdade individual e a opressão política (GUERRA, 2010; HUBERMAN, 1936). Esses fatores culminaram em revoltas por todo o mundo.

É nesse contexto que as ideias liberais voltam à tona na sociedade, com a roupagem de neoliberalismo. Embasada na teoria clássica sobre o comércio livre, liberdade individual e produtividade, a nova forma de se pensar reforçava ainda mais esses preceitos, mas de uma maneira mais agressiva nas esferas política, econômica e, sobretudo, social. Tendo como base o livro de Dardot e Laval (2016, p.7), **A Nova Razão de Mundo** (2016), o neoliberalismo, além de doutrina econômica, é um “sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas relações sociais e a todas esferas da vida”. A constante mudança necessária para o capitalismo ser vigente encontrou nesse sistema de normas sua forma de crescer e de se autofortalecer.

Diferentemente do liberalismo que viu em sua crise no século XX, a decadência das suas ideias e forma de operar, para o neoliberalismo as crises são um meio de prosseguir com mais vigor a sua trajetória de ilimitação e de adaptabilidade (DARDOT e LAVAL, 2016). Para além do Estado, agora com um poder mínimo na perspectiva neoliberal, quem instaura tal sistema normativo são os agentes hegemônicos fortalecidos pela história capitalista até em seu presente momento. Oligarquias políticas e burocráticas, multinacionais e bancos formam uma coalizão de poderes concretos (DARDOT e LAVAL, 2016) que botam em xeque a tentativa de qualquer influência advinda do Estado.

Entre as normas e os valores que regem tal sistema estão a competitividade, a concorrência generalizada, a individualização e autonomia do ser e a empresarização dos comportamentos (EHRENBERG, 2010). A gestão da vida não se desconecta da gestão de uma empresa, o que une eficácia à responsabilidade. A disciplina, autogestão e busca de autonomia fabricam uma mentalidade de massa na qual cada ser é impulsionado a “se governar por si mesmo” (EHRENBERG, 2010, p. 131), o que estimula o recuo de modos de proteção assistenciais, pois nessa visão, cada um precisa suportar sozinho, cada vez mais, os

pesos de suas responsabilidades. As consequências desses *modus operandi* culminam em sofrimento para o indivíduo, que nessa nova perspectiva mundial, muitas vezes se vê sem assistência e pressionado por condições impostas por esse modelo neoliberal. A depressão, a ansiedade, o nervosismo, a medicalização em massa, impulsionada pelas indústrias farmacêuticas, e a utilização de drogas ilícitas são algumas das muitas respostas que a sociedade dá a esse sistema agressivo e impositivo. Mas para além de apenas efeitos, tais respostas são utilizadas como instrumento para manter a disciplina e a mentalidade desse estilo de vida neoliberal. A dificuldade de se alcançar, por via do mérito, seus objetivos e autonomia é esvaziada pelos meios artificiais, como remédios e drogas, e disfarçada pelo cuidado de oferecer a imagem do autocontrole (EHRENBERG, 2010).

Por mais que tamanho sofrimento possa ser visto como alavanca para suscitar movimentos contrários ao avanço neoliberal, esse mesmo sistema produz subjetividades e serve de apoio para ideais que caminham de encontro ao conservadorismo, movimentos reacionários e até mesmo neofascistas (DARDOT e LAVAL, 2016). Antes de ser vista como apenas uma doutrina econômica ou ideologia, o neoliberalismo serve como motor para criar novas perspectivas de vida, novos tipos de relações sociais e de subjetividades. Como já mostrado sobre a globalização e a transformação cultural, esse sistema normativo aumentou tanto a sua influência perante o mundo que, ao enfrentá-lo, não está indo contra simples ideias e posicionamentos políticos, mas sim contra “a forma de nossa existência” (DARDOT e LAVAL, 2016, p.7).

A maneira como a contemporaneidade se estrutura assemelha a vida a um esporte de alto rendimento e, assim, os atores que orientam o mundo nos impulsionam para sempre vencermos (EHRENBERG, 2010). Dessa maneira, a sociedade “desdobra-se lentamente numa sociedade do *doping*” (HAN, 2010, p. 37), cujo desempenho é o molde para nossa vida na terra, e independente dos custos causados, somos fadados a buscá-lo para que nossa existência faça sentido. Dessa maneira, o neoliberalismo, assim como um sistema de normas, pode ser definido como “conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência” (DARDOT e LAVAL, 2014, p. 17). Ao pensar nos aspectos mais íntimos de nossas vidas, esse cultivo por tais normas influenciam os indivíduos, assim como aqueles que estão no comando de tais atores hegemônicos. Nesse sentido, Dardot e Laval (2016) vêm a forma contemporânea de pensar o liberalismo como uma racionalidade, tendo em vista que “o neoliberalismo [...] é em primeiro lugar e fundamentalmente uma racionalidade

e, como tal, tende a estruturar e organizar não apenas a ação dos governantes, mas até a própria conduta dos governados" (DARDOT e LAVAL, 2014, p.17).

Ao falarmos da ação dos governantes, falamos da "atividade que consiste em reger a conduta dos homens no interior de um quadro e com instrumentos de Estado" (DARDOT e LAVAL 2014, p. 18). Essas atividades visam encontrar o íntimo das pessoas, sua subjetividade, com o intuito de obter um autogoverno do próprio indivíduo a partir da produção de uma relação consigo mesmo. Assim, entender as formas de ação nas quais os indivíduos exercem sobre si mesmo é de suma importância para os governantes conduzirem de forma disciplinada a sociedade.

A partir da leitura de Michel Foucault (1982), esses autores mostram a importância de se problematizar a noção de governamentalidade como forma de compreender as relações de poder capazes de conduzir os modos de ser e estar no mundo. Para Dardot e Laval (2016. p. 18), a governamentalidade é a junção das técnicas de dominação exercidas perante os outros e as técnicas de si, isto é, por meio delas, governar a conduta dos homens desde que se especifique "que essa conduta é tanto aquela que se tem para consigo mesmo quanto aquela que se tem para com os outros".

É nesse aspecto que a liberdade se torna um pressuposto para a condição de governar. Se governa pela liberdade, pois ao agir ativamente nesse espaço de liberdade dado aos indivíduos, estes venham a conformar-se por si mesmos a certas normas. Dessa maneira o neoliberalismo organiza os governantes e as ações dos governados, e quando o abordamos via reflexão política conseguimos compreender que é a mesma lógica normativa que guia tanto as relações de poder quanto as maneiras de governar em níveis e domínios diferentes da vida econômica, política e social (DARDOT e LAVAL, 2014).

Esse sucesso normativo da racionalidade neoliberal pode ser visto então: 1) pelo aspecto político, sobre a ótica da conquista do poder pelas forças neoliberais; 2) pelo aspecto econômico, em consequência da rápida expansão do capitalismo financeiro globalizado; 3) pelo aspecto social, a individualização das relações sociais em detrimento das solidariedades coletivas e; 4) sob o aspecto subjetivo, com o surgimento de um novo sujeito e o desenvolvimento de novas patologias psíquicas (DARDOT e LAVAL, 2014). Tudo isso mostra a complexidade e o tamanho do poder neoliberal na sociedade contemporânea.

1.3 Cultura e Comunicação

O sucesso do neoliberalismo, principalmente em seu aspecto social, impulsionou a origem de novas formas de se relacionar com o trabalho. A expansão da lógica do capital para todas as relações sociais, somada a uma perspectiva de espaço-tempo dinâmico e não-linear como consequência da globalização, faz com que, por exemplo, seja cada vez mais frequente o uso de celular, em horários fora do expediente comercial, para resolver demandas relacionadas ao trabalho, sem necessariamente precisarmos estar no lugar de trabalho. Isso ilustra o que o sociólogo Anthony Giddens (1991), em seu livro **As consequências da modernidade**, fala sobre a separação de espaço e lugar. O lugar é de fato o concreto, o local físico de prática sociais específicas que nos moldam e formam (GIDDENS, 1991) e de acordo com ele:

> "A modernidade separa, cada vez mais, o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão "ausentes", distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face… Nessas condições de modernidade os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distantes deles. O que estrutura o local não é simplesmente aquilo que está presente na cena; a "forma visível" do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza" (GIDDENS, 1991, p. 18).

No momento em que o emprego, por meio das TICs e da mudança contemporânea, penetra nosso social e intimidade, cuja influência é para além das relações pessoa-pessoa em um ambiente físico, fica cada vez mais difícil distinguir onde começa e termina uma relação ou processo de trabalho. Por mais que muitas pessoas discordem dessas novas ópticas sobre o emprego, o neoliberalismo segue produzindo subjetividades e normas que encaixem em seus ideais capitalistas de mais produtividade, maior lucro e concorrência generalizada. Desse modo, o empreendedorismo encaixa-se perfeitamente no molde de vida proposto pelo capitalismo contemporâneo, cuja supervalorização do trabalho o faz entrar nos aspectos mais íntimos da vida. Além disso, o mantra neoliberal de mínima intervenção estatal e o direito individual acima de tudo abre oportunidade para uma menor regulamentação dos direitos trabalhistas e um estímulo cada vez maior ao indivíduo fazer seu próprio negócio. Influenciados pela pouca fé na máquina estatal, as pessoas se jogam à sorte baseadas na própria sociedade neoliberal, influenciada pela máxima autonomia e competitividade generalizada. Esse caminho é apontado pela hegemonia capitalista como a melhor maneira

de se contornar todas as mazelas apontadas por Milton Santos (2000), como o desemprego e a desigualdade, que assolam o mundo globalizado.

Nesse contexto, as jornadas de trabalho intermináveis e rotinas produtivas intensas tornam-se justificáveis e configuram um caminho que talvez não seja seguro, mas plausível, dentro de um período marcado por crises e desemprego, como ocorrido, por exemplo, na crise financeira dos Estados Unidos em 2008, cujo aumento do valor imobiliário não foi acompanhado pelo aumento de renda da população. A ideia de "galgar o que sonha por seus próprios méritos" (ROBERTE, 2019, p. 11) traz um aspecto positivo e até romântico do empreender. Esses valores que permeiam a prática do empreendedorismo, assim como os antes abordados aqui do neoliberalismo, impulsionam a produção de novas subjetividades e formas de sermos.

Nesse aspecto, os *workaholics*, gíria em inglês para designar a noção de trabalhadores compulsivos, aparecem cada vez mais na sociedade contemporânea, podendo ser vistos tanto como efeitos quanto como instrumentos da estrutura neoliberal vigente. Contudo, a crítica feita neste trabalho não se atém à prática do empreender mas, sim, ao conjunto de significados e valores que, do modo como são experimentados como prática, confirmam-se mutuamente, isto é, à cultura orientada pelos agentes hegemônicos que impulsiona o empreendedorismo (WILLIAMS, 2005).

Stuart Hall (2005), em seu livro **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**, acredita ser improvável a globalização simplesmente destruir identidades com seu processo de homogeneização, "é mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações globais e novas identificações locais" (HALL, 2005, p. 78). Dessa maneira, o empreendedor tem a possibilidade de atuar fora dos valores e conceitos do mundo neoliberal, e a partir de uma nova cultura ou de uma já existente, orientar o empreender para caminhos até contrários aos valores e às fábulas neoliberais. É nesse aspecto estruturante que a cultura e a comunicação são peças-chave para a construção de novas perspectivas acerca da economia, da política e da sociedade contemporânea.

A comunicação caracteriza-se por ser um processo social básico de produção e partilha do sentido por meio de formas simbólicas (FRANÇA, 2001), o que potencializa sua influência nos aspectos mais íntimos do indivíduo. Entretanto, seus estudos começaram intimamente ligados à expansão dos veículos de comunicação de massa e sua influência, quer dizer, o instrumento e a prática precederam conceitos e estudos acerca da comunicação. Tendo em vista que tais veículos e instrumentos possuíam (e possuem) proprietários com

valores e discursos, o conhecimento da comunicação não está isento do "revestimento ideológico" e de "condicionamentos de toda ordem" (FRANÇA, 2001, p. 48).

Dito isso, de acordo com Escoteguy (2001), a relação entre cultura e comunicação perpassa o entendimento da cultura midiática, o que inclui seus meios, seus produtos e práticas culturais, além de seu circuito de produção, distribuição e consumo, tendo em vista que esse conjunto está inserido em uma "concepção mais abrangente de sociedade, vista como território contraditório de dominação e resistência, onde a cultura tanto se engaja na reprodução das relações sociais, quanto na abertura de espaços de mudanças" (ESCOTEGUY, 2001, p. 23).

Ao estudarmos a cultura, não podemos nos ater à sua análise como um objeto estático e independente mas, sim, abranger seus estudos aos processos dinâmicos de formação e estruturação. De acordo com Stuart Hall (2016), a comunicação no mundo contemporâneo e midiatizado, expandida pelas TICs*, definem* e *constroem* o social e suas práticas como um todo; assim como ajudam a constituir a política, as relações econômicas definem o tecnológico e dominam o "cultural" (HALL, 2016, p. 36, grifo nosso). Dessa maneira, as instituições e relações comunicativas elaboram e sustentam universos que caracterizam nossa experiência do mundo cultural e social, sendo de suma importância para a construção de realidades e sentidos.

Ao retomarmos a "tradição seletiva" abordada por Raymond Williams (2005), conseguimos entender que é por meio de uma comunicação, muitas vezes pensada e estratégica, que a cultura dominante é passada adiante a partir de uma seleção, em um processo de produção e partilha do sentido, que escolhe os aspectos que sejam mais interessantes a serem deslocados.

Por essa razão, é notável o aspecto estrutural tanto da comunicação quanto da cultura para uma sociedade enquanto valores e significados. Em um mundo plural e diverso acerca de discursos e práticas, a comunicação é um fator determinante para o surgimento de culturas emergentes, sejam elas alternativas ou opositoras à cultura dominante dos atores hegemônicos. A forma em que conjuntos de significados e valores circulam entre si e a forma pela qual se expressam, fazem da comunicação, a protagonista nos processos de produção de cultura e de troca de saberes entre esses atores.

Debates sobre como combater a desigualdade, o desemprego e sobre como fomentar uma economia sustentável são impulsionados a partir das consequências do *modus operandi* do sistema capitalista. São pensadas novas formas de desenvolvimento a partir da capacidade da própria cultura promover melhorias socioeconômicas e políticas (ROBERTE,

2019) para os indivíduos e as sociedades. Além de corresponder a "um modo de vida" de uma sociedade, de "estar inserida na lógica de mercado" e "comunicar valores" (ROBERTE, 2019, p. 15), a cultura e seus produtos culturais são duais, isto é, possuem tanto um valor econômico como *commodity* quanto apresentam um valor cultural que incluem valores sociais, simbólicos e espirituais que não se encaixam facilmente em termos de preço.

Os valores culturais fazem com que esses produtos sejam diferentes dos produtos de outros setores da economia, o que os tornam grandes potências contra os valores tradicionais e quantificáveis do sistema neoliberal. Henry Jenkins (2014), pesquisador estadunidense da comunicação e seus meios, em seu livro **Cultura da Conexão** (2014), aborda a dualidade dos produtos culturais, responsáveis pela existência de lógicas diferentes de avaliação e alocação de valores (JENKINS, 2014) de tais produtos. A primeira lógica é a "cultura de *commodity*", cujo foco são os "motivos econômicos", e a "economia do dom", conceito originário de Marcel Mauss (1922), cujo interesse reside nos "motivos sociais" (JENKINS, 2014, p. 95). A *commodity* se move em direção à obtenção de lucros, e o dom, em direção "à resolução de conflitos e expansão da rede social" (JENKINS, 2014, p. 100).

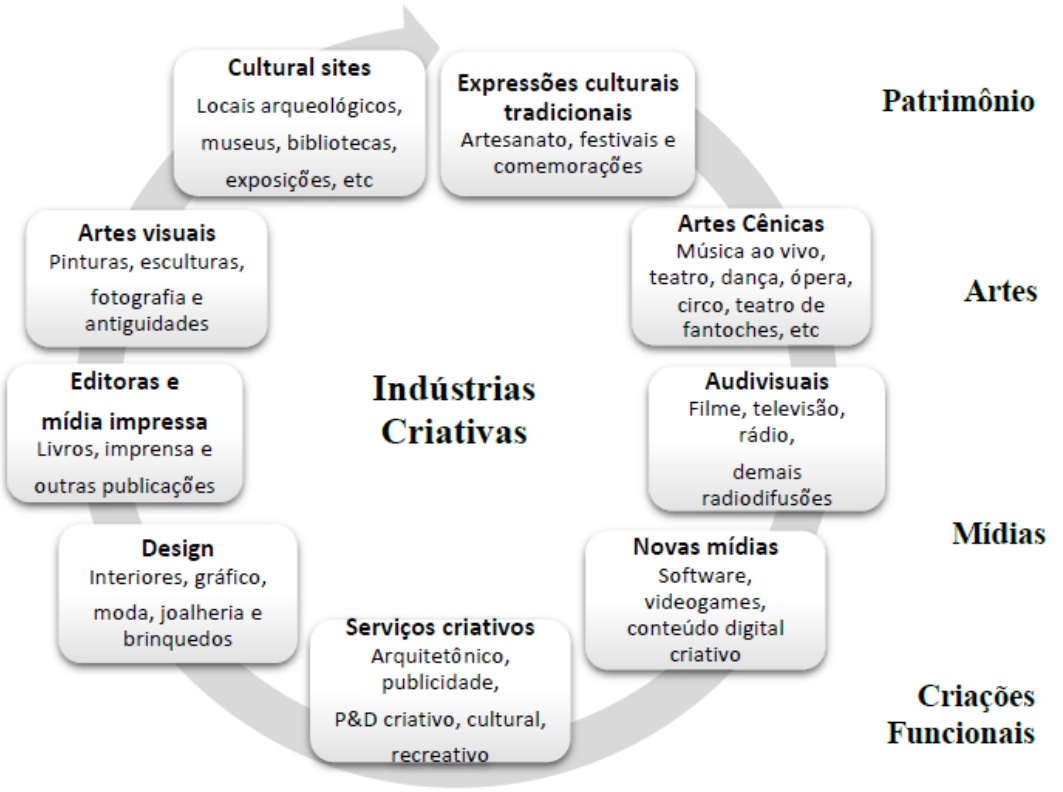
Esse olhar sobre a cultura e os produtos culturais como motivadores de melhorias políticas e socioeconômicas atraiu o apoio de entidades tanto públicas quanto privadas. A Organização das Nações Unidas para a Educação (UNESCO), de acordo com Alice Roberte (2019) em sua pesquisa Geração Fazedores, foi representativa na construção de um novo "universalismo" que junta o binômio da cultura e do desenvolvimento (ROBERTE, 2019, p. 15). Esse movimento universal e ideológico utiliza-se da cultura como instrumento para promover a tolerância multicultural, a participação da sociedade civil e a potencialização do crescimento econômico (ROBERTE, 2019). O apoio das instituições, como por exemplo a do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), estimulou a expansão desse universalismo e fez a cultura ter uma valorização pela geração de valores simbólicos, sobretudo, pela geração de renda e prosperidade. Nesse contexto, surgem as indústrias criativas que, junto ao incentivo e à valorização dos produtos culturais, geram novas possibilidades e perspectivas socioeconômicas.

2. Indústrias Criativas

O olhar sobre a potência dos bens e serviços culturais possibilitou a criação de novas ocupações. A permeabilidade entre “as fronteiras da arte e da comunicação” (ROBERTE, 2019, p 12) fez com que a produção simbólica em mídia, práticas comunicativas e artes ficassem cada vez mais lucrativas, assim como a influência da expansão das TICs e o incentivo de entidades e instituições públicas e privadas (ROBERTE, 2019). Para além dos trabalhadores criativos consagrados como artesãos, arquitetos, músicos, cineastas, surgiram novas profissões decorrentes da valorização dos bens simbólicos e culturais. Publicitários, DJs, desenvolvedores de jogos eletrônicos, designers fazem parte da gama de novas ocupações que surgiram dentro desse mercado criativo.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) classificou e delimitou quais indústrias estão dentro desse aspecto “criativo”. Apesar de não existir um consenso global acerca do tema, tal classificação tornou-se referência para entendermos as delimitações dentro dessas indústrias. De acordo com a Figura 1, as indústrias criativas classificam-se da seguinte maneira:

Figura 1 - Classificação das Indústrias Criativas segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)



Fonte: Geração Fazedores, Alice Roberte, 2019, p. 17 citando Relatório da Economia Criativa da UNCTAD, 2010, p. 8

A classificação feita pela UNCTAD em 2010 visa à melhor coerência nas análises quantitativas e qualitativas das indústrias criativas (UNCTAD, 2010). O método utilizado tem como lógica a dificuldade que instituições e países por todo o mundo possuem em delimitar e categorizar as indústrias dentro do campo criativo. Essa classificação coloca as indústrias criativas distribuídas em quatro grupos, nos quais são divididas de acordo com seus aspectos específicos.

Os quatro conjuntos assim definidos são: Patrimônio, Artes, Mídia e Criações Funcionais, como ilustrado na Figura 1. O "Patrimônio" é visto como a "*origem*" de todas as formas de arte e a "*alma*" das indústrias criativas (UNCTAD, 2010, p. 8, grifo nosso). Ele une os aspectos culturais do ponto de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social (UNCTAD, 2010). É o ponto de partida de produtos e serviços culturais, além de atividades voltadas à cultura. O grupo "Patrimônio" é dividido em dois subgrupos: Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais e celebrações) e Locais culturais (sítios arqueológicos, bibliotecas, exposições, museus e etc).

O grupo “Artes” inclui indústrias criativas baseadas essencialmente na arte e na cultura. O patrimônio, os valores de identidade e o significado simbólico inspiram diretamente a produção do trabalho artístico (UNCTAD, 2010). Esse grupo é dividido em dois subgrupos: Artes visuais (pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades) e Artes cênicas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc).

O terceiro grupo corresponde ao da “Mídia”. Ele é caracterizado pela produção de conteúdo criativo cuja finalidade é a comunicação com grandes públicos. O grupo “Mídia” é dividido em dois subgrupos: Editoras e mídias impressas (livros, imprensa e outras publicações) e Audiovisuais (filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões).

“Criações funcionais”, o quarto grupo, é constituído pelas indústrias criativas que são impulsionadas pela “demanda” e voltadas à “prestação de serviços” (UNCTAD, 2010, p. 8). São criados produtos e serviços cujas finalidades são funcionais. Ele se divide em três subgrupos: *Design* (interiores, gráfico, moda, joalheria e brinquedos), Serviços criativos (arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento, bem como outros serviços criativos digitais) e Novas mídias (produção de softwares, videogames e conteúdo digital criativo).

A UNCTAD define Indústrias Criativas como “os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários” (UNCTAD, 2010, p. 6). Tais indústrias têm como base o conhecimento e a produção de bens e serviços culturais, os quais geram receitas de vendas e constituem um novo setor dinâmico no mercado e comércio global.

Impulsionado pela UNESCO, em 1997, o Reino Unido adotou como “política de Estado” (ROBERTE, 2019, p 16), a “Força Tarefa das Indústrias Criativas” (UNCTAD, 2010, p. 6). O desenvolvimento dessas indústrias passou pela criação do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS), pela criação de programas e conexões de lideranças culturais, além da oferta diversa de cursos para a sociedade.

Tais ações de Estado entenderam a criatividade como recurso e a usaram, também, para o combate ao desemprego. Já em 2007, 10 anos após a implementação da força tarefa no Reino Unido, as indústrias criativas foram responsáveis por 6,2% da economia britânica (UNCTAD, 2010). A relação entre as indústrias criativas e os governos de Estado é de suma importância para o desenvolvimento e a valorização da produção e distribuição de produtos e serviços culturais. O Brasil já teve a economia criativa, conceito que abordaremos no decorrer deste trabalho, como pauta assumida pelo Ministério da Cultura (MinC) no então

governo da presidenta Dilma Rousseff, no qual a cultura foi posicionada como eixo desenvolvimentista do país (ROBERTE, 2019).

Em Nagaur, na Índia, em 2005, a UNESCO organizou uma conferência cujo foco foi o papel das indústrias criativas. Tal conferência deu origem às Iniciativas de Jodhpur, uma série de estratégias para a coleta de dados e desenvolvimento das indústrias criativas a serem implementadas em países asiáticos (UNCTAD, 2010).

Esse impulsionamento da produção de bens e serviços culturais por instituições públicas mostra-se fundamental para que a eficácia da cultura seja, cada vez mais, vetor para melhorias políticas e socioeconômicas. Tal relação entre entidades culturais, instituições públicas e sociedade civil mostra-se contrária aos preceitos globalizantes e neoliberais impostos diariamente à sociedade. Por mais que as indústrias criativas sejam "fruto de uma orientação neoliberal", elas não se desenvolvem sem o auxílio do Estado por via de políticas públicas (ROBERTE, 2019, p 19).

Essa orientação consegue ser vista, por exemplo, no aspecto subjetivo da racionalidade neoliberal, cuja criatividade é apresentada como um talento necessário para as práticas culturais, baseada estritamente na competência e autonomia do indivíduo. Essa ideia remonta à fábula da globalização sobre justiça e igualdade acerca de oportunidades para todas as pessoas dentro do mercado criativo, já que só dependem de si mesmos. Ora, se a criatividade é autônoma e inerente ao sujeito, em um mundo de competitividade exacerbada, seu aspecto de competência individual acaba por impulsionar a meritocracia, fator que escancara desigualdades entre os indivíduos, o que impossibilita o cenário fabulado de justiça e igualdade quanto às oportunidades nesse mercado.

Ao depender de si, estimulados pelo discurso criativo de seguir os seus sonhos e viver do que ama, os indivíduos se colocam em uma rotina de vida "24/7", termo usado por Jonathan Crary (2013) no livro **"24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono"** que, de maneira geral, remete à influência e à dominância da lógica capitalista sobre um indivíduo conectado e disponível 24 horas por dia, 7 vezes por semana. Esse estilo de vida incentiva uma identificação insustentável e autodestrutiva como consequência das suas exigências surreais. A influência dessa racionalidade na sociedade contemporânea reflete-se na produção de novas subjetividades que se encaixam no modelo de vida proposto pelo capitalismo. Ainda acerca do "24/7", Jonathan Crary (2016, p. 19) afirma que

> O tempo 24/7 é um tempo de indiferença, ao qual a fragilidade da vida humana é cada vez mais inadequada, e onde o sono não é necessário nem inevitável. Em relação ao trabalho, torna plausível, até normal, a ideia do

> trabalho sem pausa, sem limites. É um tempo alinhado com as coisas inanimadas, inertes ou atemporais".

Não podemos negar a potência cujos valores simbólicos gerados pelos bens e serviços culturais das indústrias criativas possuem, sobretudo, quando pautados apenas no consumo e nos interesses financeiros. Para além de apenas *commodities,* esses valores impulsionam uma nova configuração de normas e significados os quais podem passar a ser dominantes, pela tradição seletiva, e orientados pela hegemonia do mundo capitalista. Ainda assim, valores simbólicos advindos da produção cultural podem também promover a participação cívica, a coesão social, a construção contínua de novos conhecimentos e saberes, o que pode proporcionar posturas contrárias a essa racionalidade imposta à sociedade.

A organização de um ramo da economia voltada para a produção desses valores possibilita a construção de novas perspectivas acerca do mundo. Todavia, o termo "indústria criativa" se firmou principalmente como "uma decisão política, uma estratégia discursiva e uma saída econômica" (ROBERTE, 2019, p. 16), na qual o lucro torna-se prioridade, já que em um mundo pautado no capital, o retorno de investimentos feitos é essencial. As aplicações de capital privado feitas para impulsionar a economia criativa passam por esse pressuposto lógico, o que faz um valor como a *commodity* sobrepor seu valor simbólico.

2.1 A Economia Criativa

As indústrias criativas formam um grupo amplo e diverso de produção e distribuição de bens e serviços culturais. Tendo como insumo primário a criatividade e o capital intelectual, essas indústrias configuram-se uma fonte de inovação para economia global e possuem um papel importante na coesão da comunidade (ROBERTE, 2019). Esses atores criativos que lucram a partir das habilidades criativas e da criação de propriedade intelectual estão no centro de uma grande rede, na qual não atuam isoladamente. As indústrias criativas estão em contínua relação com outras indústrias criativas e com os demais setores da economia. Para além das relações entre si e outros setores, essas indústrias possuem um papel importante na coesão da comunidade e na regeneração urbana. Entendemos como

Economia Criativa, essa "ecologia complexa[2]" (ROBERTE, 2019, p. 17) que envolve diversos atores. Entretanto, assim como acerca do conceito de indústrias criativas, há indefinições e discussões sobre o conceito de economia criativa. O relatório do British Council (2010) mostra que da mesma forma que grandes empresas e corporações, como a Microsoft, Apple e Google se encaixam dentro desse setor da economia, existem muitos participantes "ativos" e "representativos" que acreditam não fazerem parte de quaisquer indústria (BRITISH COUNCIL, 2010, p. 14). Eles se identificam muito mais como criadores, empreendedores, artistas e ativistas sociais do que meros trabalhadores industriais (BRITISH COUNCIL, 2010).

Apesar de tensões e contradições acerca da definição e da identificação na economia criativa, existe um consenso de ideias convergentes quanto a esse setor da economia. Essa rede complexa de atores é um conjunto de atividades culturais econômicas que tem como base o conhecimento, a criatividade e também a propriedade intelectual. O British Council (2010) afirma que qualquer definição de Economia Criativa inclui o conceito acerca da propriedade intelectual e essa legislação sobre a produção simbólica é o agente da mudança que converte a atividade criativa em indústria criativa. Nesse sentido, a lei de propriedade intelectual protege o direito de propriedade dos donos acerca das suas ideias, o que fornece segurança e benefícios aos inventores para que possam usufruir economicamente de suas ideias. Todavia, essa legislação impõe desafios "nitidamente complexos para os governos, artistas e criadores, assim como para os analistas e as agências" (UNCTAD, 2010, p. 170). Os mesmos os Direitos a Propriedade Intelectual (DPIs) que servem para a proteção e auxílio dos trabalhadores criativos e as indústrias do setor, podem ser utilizados para embasar o avanço da hegemonia e a expansão de seus ideais perante o mundo.

Frederic Jameson (2001) cita um exemplo, em seu livro **A Cultura do Dinheiro**, no qual os Estados Unidos fazem um grande esforço para a difusão de seus filmes em mercados estrangeiros. Essa ação é feita a partir de cláusulas específicas conjuntas à tratos e pacotes de ajuda econômica para outros países. Os DPIs, no formato de "leis de copyright de propriedade intelectual" e "patentes" acabam sendo formas de sobrepujar as leis locais e

[2] Abraham Moles (1982, p. 125) vê a "ecologia" como "ciência da interação entre as diferentes espécies no interior de um dado domínio". Essas espécies reagem efetivamente "uma sobre a outra no espaço fechado das vinte e quatro horas da cotidianidade ou no espaço social do planeta". Alice Roberte (2019, p. 17) usa "ecologia complexa" para se referir aos produtores de bens simbólicos, que junto de outros setores da Economia e da sociedade, possibilitam o funcionamento da Economia Criativa. Nesse sentido, vemos essa ecologia complexa como uma rede de diferentes atores que se relacionam e se comunicam dentro do domínio da produção de cultura, por meio de diversas formas de comunicação, em diferentes níveis e especificidades. Os diferentes e específicos contextos que atuam e se dão os atores criativos, as Indústrias Criativas, a comunidade e as entidades públicas, fazem com que se essa ecologia, a Economia Criativa, seja profunda e emaranhada.

derrotar as políticas protecionistas de outros países (JAMESON, 200, p. 24). Isso levanta outra ótica acerca do potencial dos bens e serviços culturais, que ao invés de impulsionar o desenvolvimento socioeconômico de indivíduos e sociedades, passa a potencializar a expansão dos interesses das empresas globais e o perpetuamento de um conjunto de valores e significados.

Afinal, os direitos de propriedade intelectual tem como objetivo principal a proteção dos trabalhadores criativos? Ou formam mais um dispositivo discursivo que, por meio de fábulas, se encaixa no dinamismo das mudanças culturais cuja finalidade é a dominação e expansão dos agentes hegemônicos e de seus ideais? Quando mergulhamos em tais questões, começamos a questionar o incentivo de investimentos, sobretudo privados, para o surgimento da economia criativa no caráter que temos hoje. Assim como a lógica do mercado global e seus atores, cujas preocupações são para com seus acionistas que investem e injetam capital, porque seria diferente com as indústrias criativas e o seu setor na economia? Não é. Vivemos hoje em uma sociedade pautada pelo consumismo. A economia se dissolve na cultura e a cultura dissolve-se na economia (JAMESON, 2001). A produção de bens e serviços é um fenômeno cultural, sendo eles possuintes de valores simbólicos ou *commodity*, nos quais são consumidos tanto por sua imagem quanto por seu uso imediato. Nesse sentido, a potência dos valores simbólicos de bens e serviços culturais enquanto promotores de melhorias políticas e socioeconômicas é posta em segunda instância.

No mundo contemporâneo sua primeira finalidade é seu potencial, enquanto produto e serviço, de saciar expectativas e desejos criados por um mercado que surgiu para isso, ou seja, serem consumidos com a finalidade de gerar mais consumo, portanto, lucro. Aqui Jameson (2001) fala da origem de toda uma indústria criada para planejar a imagem das mercadorias e as estratégias de venda, cuja a propaganda caracterizou-se como mediadora fundamental entre a cultura e a economia, o que pressupõe diversas formas de produção estética (e simbólica) para tal objetivo. Assim, componentes da economia criativa como a publicidade, a propaganda e o marketing têm um papel importantíssimo para a criação de novos sentidos de realidade que se encaixem numa retórica neoliberal contemporânea. Voltamos à Vera França (2001) quando afirma que a comunicação assim como seus meios não estão isentos de um revestimento ideológico. Dessa maneira, o universalismo relacionado ao binômio cultura-desenvolvimento acaba, por essa ótica, sendo mais um mecanismo de apropriação do mercado global acerca da cultura, tendo em vista que historicamente, ela foi e é frequentemente, alvo de disputa entre hegemonias e contra-hegemonias.

Outra perspectiva acerca da economia criativa que corrobora para cooptação neoliberal é o pressuposto de que a criatividade é algo individual, um atributo humano inerente a todas as pessoas, o que fortalece a crítica feita por Milton Santos (2000) de que o mundo é posto para todos ao alcance da mão e constitui um mar de oportunidades distribuídas igualmente à todos os indivíduos. Além desse aspecto individual, a partir da perspectiva da própria UNCTAD (2010), ela é destrinchada em: 1) criatividade "artística" que envolve a capacidade de gerar ideias "originais" e "novos" jeitos de interpretação do mundo; 2) criatividade "científica" que envolve a curiosidade, experimentação e resolução de problemas; e 3) criatividade "econômica" na qual se caracteriza como um processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia e em marketing sendo intensamente relacionada à "aquisição de vantagem competitiva na economia" (UNCTAD, 2010, p. 3). Tendo em vista que a criatividade é a base para a economia criativa e das propriedades intelectuais, na qual é intimidade ligada à competitividade econômica, fica explícita a orientação neoliberal enquanto racionalidade da economia criativa, desde seu conceito até sua prática. A criatividade é vista como o motor para a projeção de ideias e produtos culturais, os quais são projetados para a venda em grandes quantidades lucrativas. No mundo midiatizado contemporâneo, tais ideias geradoras de produtos tem como sua "base material" as grandes instituições e corporações de distribuição, reprodução e transmissão, caracterizadas pelo monopólio da "tecnologia relevante da informação" (JAMESON, 2001, p. 51). Dessa maneira a retórica de liberdade - crucial para o neoliberalismo - seja de expressão ou de circulação de ideias e das propriedades intelectuais, não está em sua essência ligada ao estímulo à trabalhadores criativos produzirem ou ao seu desenvolvimento dentro desse mercado, mas sim à segurança e a uma espécie de autorização para expansão econômica e cultural desenfreada das grandes corporações componentes da Economia Criativa.

Por se tratar, sobretudo, de produção de cultura, a Economia Criativa detém um forte potencial de atuar significativamente na vida cotidiana das pessoas, podendo moldar as relações e as estruturas dentro de uma sociedade. Ter as rédeas de tal setor da economia é de suma importância para os interesses da hegemonia justamente por isso. Por outro lado, a produção de bens a partir da criatividade pode ser um ato político, pois torna-se uma forma de expressão de identidade, podendo trazer à tona as experiências, os posicionamentos, os valores e os significados dos indivíduos que os produzem. Dessa maneira, os bens e serviços culturais podem representar diversas localidades, vidas cotidianas e visões que fogem da narrativa global criada, diferente de produtos de outros setores da economia, os quais são

estritamente vistos como *commodities* cuja única função é dar continuidade a esse consumismo já intrínseco à sociedade. Por mais que o principal objetivo das grandes corporações ao se apropriarem da economia criativa seja o lucro, os trabalhadores criativos dispõem da produção cultural e da capacidade de sua organização enquanto grupo grandes potências. Reside no coletivo a oportunidade de estabelecer novas formas de interpretação do mundo, de produzir novas subjetividades contrárias às impostas e de ter seus direitos realmente valorizados em detrimento dos interesses hegemônicos.

Essa “ecologia complexa” a qual chamamos de economia criativa tem como seu vetor para a construção de novas perspectivas políticas e socioeconômicas, os trabalhadores que a constituem, assim como em todo setor da economia. Por mais do papel importante que as indústrias criativas possuam para fortalecer a coesão da comunidade e a regeneração urbana, como apontado por Alice Roberte (2019), tais condutas para com outras áreas da sociedade civil se dão prioritariamente pela lógica do capital. O trabalhador criativo pode se encontrar na lógica de "fazer por amor" e acreditar fielmente no valor simbólico produzido por ele, mas ao depender de empresas e corporações, tal sentimento é apenas utilizado como motor para maior acúmulo financeiro, o que pode por muitas vezes esvaziar o sentido do bem ou serviço cultural produzido. E por demais, a lógica dos atores hegemônicos se estrutura para que nós fiquemos dependentes de tais empresas e corporações, via descredibilização dos governos e das instituições públicas, via construção de novos valores e significados acerca do consumo e da vida cotidiana, via cooptação de culturas alternativas e opositoras ao conjunto dominante. (Novo parágrafo)

Entretanto, como dito antes, Stuart Hall (2005) nos conforta quando vê a produção de novas culturas, novas identificações tanto globais quanto locais como uma consequência muito mais plausível do que simplesmente o domínio cultural da lógica do capital por todo o globo. Dessa maneira, o mesmo “fazer por amor”, que pode ser utilizado como instrumento da hegemonia global, é a forma pelos quais os trabalhadores criativos podem se emancipar e pensar em novas perspectivas. O valor simbólico constrói identidades, fortalece a coesão social, impulsiona mobilizações, valoriza o humano, cria símbolos muito mais representativos à população, unifica as pessoas por meio de suas diferenças. Esse poder cultural, por si só, não enche a barriga de quem tem fome, mas cria o caminho para que a comida chegue a quem mais precisa. Caminho criado pelas próprias pessoas, tendo em vista que o poder público muitas vezes falha nesse sentido. Tanto o apoio às pessoas que criam esses caminhos, quanto o diálogo e cobrança perante o governo e as instituições públicas, pode ser - e é - impulsionado pelos atores criativos.

2.2 A cultura da Economia Criativa

Antes de quaisquer conceitos acerca de Economia Criativa, Indústrias Criativas ou propriedade intelectual, a produção cultural é uma forma de desenvolvimento socioeconômico e político. A atividade cultural popular põe em relevo o cotidiano das minorias, dos excluídos, por meio da exaltação da realidade várias vezes dura e romantizada (SANTOS, 2000). O movimento cultural do Hip Hop, por exemplo, com seus quatro elementos artísticos - o MC (Mestre de Cerimônia), o DJ, o Grafite e o *Breakdance* - veio como uma forma de emancipar, ainda mais, as pessoas pretas à lutarem contra o racismo. Para além de apenas produtos culturais, o Hip Hop é, sobretudo, uma forma de educação, de cuidado, de valorização da identidade de pessoas pretas, para com elas mesmas. Em audiência convocada em 2019 pela Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados em alusão ao dia da Consciência Negra, Realleza, rapper do Sol Nascente, fala sobre a importância do movimento:

> Ele [O Hip Hop] é o instrumento que usamos para poder falar de consciência negra para os jovens. E poder falar sobre racismo também é muito importante, porque muitos jovens das periferias estão sofrendo com o racismo e nem sabem o que é o racismo. Então o Hip Hop é esse meio, é esse fio condutor da informação e do empoderamento negro e periférico dentro da quebrada. (CÂMARA, 2019)

Fora dos moldes pensados da UNCTAD ou do British Council, há uma infinidade de atores tão representativos e imponentes quanto as grandes indústrias criativas. O que dizer dos Racionais MC's e seu impacto contemporâneo, depois de 30 anos de carreira? Do próprio Milton Santos? Da importância do Olodum e de seus projetos para além da música? Em todo Brasil existem atores, sejam individuais ou coletivos, que atuam diretamente no desenvolvimento socioeconômico e cultural do país.

Aqui no Distrito Federal temos o programa Jovem de Expressão, que atua como centro cultural na Praça do Cidadão localizada na Ceilândia Norte. Entre as atividades estão oficinas culturais e de comunicação comunitária, voltadas sobretudo para a construção social dos jovens. O empreendedorismo é uma das bases do programa, cujo espaço coletivo funciona como uma incubadora para aqueles jovens que querem ter um negócio criativo.

Além de atuar diretamente na formação profissional com ofertas de cursos gratuitos, o programa possui o “Fala Jovem”, um espaço para troca interpessoal de experiências, anseios e preocupações. Dessa maneira o programa opera diretamente na construção de valores e significados que vêem na colaboração, na expressão artística e cultural, no empreendedorismo e no sentimento de pertencimento a força motriz para emancipação do indivíduo, que é muitas vezes marginalizado e esquecido. O Jovem de Expressão é uma iniciativa de 2007, uma parceria entre a Rede Urbana de Ações Socioculturais (RUAS) e a Caixa Seguradora, uma instituição pública, na qual até 2014 já tinha colocado mais de 15 mil jovens no mercado de trabalho. Atuando diretamente com o poder público por meio de políticas, como a abertura de editais para atores criativos e na inserção do jovem no mercado de trabalho, o projeto tem um importante papel como resistência aos valores da hegemonia. O Jovem de Expressão é de suma importância para o desenvolvimento de uma sociedade voltada para participação social, para a colaboração, para a valorização do humano e para a criação de identidades.

Sem ter o pressuposto de uma competitividade generalizada ou de um primeiro objetivo, o lucro econômico, esses atores criativos provocam mudanças significativas, as quais dificilmente podem ser quantificadas, mas que são de suma importância para o desenvolvimento social, econômico e político de quaisquer indivíduos. O valor simbólico da cultura é realocado como primeira instância e consequência dos bens e serviços culturais, ao contrário de grandes corporações, que compõem as indústrias criativas, as quais invertem tal lógica, priorizando o consumo e a arrecadação de capital.

As indústrias criativas e a economia criativa enquanto uma decisão política e estratégica, orientada pela hegemonia, atuam no conjunto de normas e valores dominantes do sistema capitalista. Os trabalhadores atuantes nessas indústrias são categorizados como “empreendedores de sucesso e talento” que são capazes de solucionar problemas e transformar o intangível e abstrato em produtos e serviços para a sociedade (ROBERTE, 2019, p. 17). Esses tais empreendedores precisam gerir a própria vida como se fossem uma empresa, pois só dessa maneira conseguem garantir a produtividade e a entrega de seus produtos. Esse trabalho criativo é caracterizado por ser autônomo e muitas vezes informal, cujas oportunidades de emprego demandam uma densidade de relacionamentos e um compromisso com longas jornadas de trabalho (ROBERTE, 2019).

A instabilidade econômica proveniente desse sistema de trabalho faz com que esses trabalhadores criativos de “sucesso” façam parte de um recorte elitizado da nossa sociedade, tendo em vista que os custos e consequências desse “estilo de vida” não são todas as pessoas

que conseguem arcar, sobretudo, sozinhas. Entretanto, o universo das indústrias criativas é enorme e sua complexidade dificulta saber o exato perfil do trabalhador criativo. Por trás do discurso criativo, a síntese desse projeto empreendedor poderia ser vista como "Quer um emprego? Crie um!" (ROBERTE, 2019, p. 94), o que acaba por não se aplicar à realidade da maioria das pessoas.

Na lógica desse mercado, um empreendedor criativo, que trabalha na autonomia e informalidade, não fica encarregado de apenas produzir um bem ou prestar um serviço, mas precisa prospectar e manter clientes, gerir fornecedores e prazos, precificar, vender e distribuir o produto, o que torna uma atividade impossível de se fazer de maneira autônoma para a maioria dos indivíduos. Isso acaba por ser mais um filtro que dificulta o acesso a essa área do mercado ligada à produção de cultura.

O processo de comercialização de bens e serviços culturais acabou por afastar a cultura ainda mais de sua origem no popular e social, enfatizando seu caráter individual e de concorrência. De acordo com o British Council (2010), na realidade do Reino Unido, pelo menos 49% da força de trabalho criativo possui formação em ensino superior. O conhecimento e sua busca, visto como base para a economia criativa, é obviamente estimulado pelas instituições de ensino.

Neste ano de 2021, vimos o Ministro da Educação, Milton Ribeiro defender, no dia 09 de agosto, que a universidade é para poucos. Na realidade brasileira, se a universidade é para poucos e o perfil dos trabalhadores criativos nessas indústrias, de maneira geral, está intimamente ligado à ocupação das instituições de ensino superior, conseguimos traçar a linha de quem a hegemonia imagina e quer como atuante nessas empresas cujos papéis são de suma importância para a construção sociocultural da sociedade. Todavia, isso reforça a importância do trabalho colaborativo entre os agentes culturais e o caráter político que a cultura e a colaboração precisam ter, sobretudo, para a ocupação desses espaços.

Os avanços tecnológicos que acompanham todo o processo de globalização são de suma importância para mudanças nas lógicas do trabalho, na produção e da organização industrial (JAMESON, 2001), o que impulsiona uma série de transformações culturais acerca do mercado de trabalho e da sociedade, como a competitividade generalizada e hipervalorização da alta produtividade alavancada pelo trabalho, como vimos anteriormente. Essas mudanças acabam por gerar novas demandas e postos de trabalho.

Na lógica capitalista, o mercado precisa estar preparado para implementar, manusear e aprimorar as novas tecnologias com a finalidade de maximizar seus lucros e se adaptar às inovações. É nesse sentido que a Economia Criativa encabeça esse processo, criando novos

empregos, novas maneiras de se enxergar o mundo e abrindo espaço para criação de novas tecnologias. Mas, para quem? A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) mostra, em seu Mapeamento das Indústrias Criativas, o potencial dessas indústrias ao analisar que em 2019 seriam geradas 20 vezes mais informações do que em 2005 e, curiosamente, entre as empresas mais valiosas do mundo, estão justamente as detentoras de um alto volume de dados como o Google, o Facebook e a Amazon. Todavia, as mudanças encabeçadas pela Economia Criativa acabam por impulsionar ainda mais desigualdade, que por apesar do seu discurso acerca do desenvolvimento socioeconômico, os avanços conduzem a uma maior concorrência e individualização, tendo seu foco somente a produção de mais lucro. O grande desenvolvimento é visto como ao invés de levantar a mão para pedir um táxi, as pessoas possam pedir um transporte via aplicativo.

Ao invés de se conformar com o que se passa na televisão ou na rádio, agora você pode escolher assistir o que quiser no seu serviço de *streaming* favorito. Esse é o desenvolvimento que a economia criativa tanto se orgulha. Essa é a sua prioridade, a tecnologia para melhor atender o cliente. Poucas pessoas têm acesso a esse mercado de trabalho, muitos trabalhadores criativos ficam a mercê de um mercado informal e autônomo sem nenhum tipo de auxílio e poucos são aqueles que conseguem sentir melhorias consistentes advindas desses “avanços” promovidos pela economia criativa.

O potencial dos atores criativos se encontra na sua conexão com sua localidade e a realidade experimentada por eles. Apesar do recorte etilitizado que as novas organizações do trabalho propõem, a atividade cultural transcende as pessoas que estão dentro desse mercado e passa por uma infinidade de atribuições que podem impulsionar o desenvolvimento socioeconômico e político das pessoas. Grupos e indivíduos, alimentados pela informalidade desse sistema, podem se unir para fazer frente à estruturação e objetivos que se têm para com a cultura.

A ausência de instrumentos assistenciais do Estado pode despertar para além da autonomia do indivíduo, o espírito coletivo, como vimos no Jovem de Expressão, cuja força está na colaboração entre pessoas. De acordo com o sociólogo José Maurício Domingues (1999, p. 36), é na “tecitura interativa multifacetada da vida social que os indivíduos alcançam um impacto dialético uns sobre os outros”. É no convívio entre pessoas e atores criativos, entre suas produções e a vida cotidiana, que se criam sistemas sociais capazes de se oporem à estruturas e valores pré-estabelecidos, fundados no acúmulo de capital e exploração do trabalho. Por isso, a individualidade e a competitividade são tão necessárias à manutenção desse *modus operandi* da criatividade nas indústrias criativas.

Por mais que a Economia Criativa seja uma ótima forma de manter a retórica neoliberal acerca do trabalho e da sociedade, é ela também um meio consistente para romper e questionar tais valores e significados. O poder exercido pelas grandes corporações e instituições a fim da cooptação dos discursos e práticas acerca da Economia Criativa pressupõe uma série de ações contra-hegemônicas consequentes das próprias relações de poder da hegemonia. De acordo com Foucault (1999, p. 91), "onde há poder há resistência", conforme o autor:

> Elas (as relações de poder) não podem existir senão em função de uma multiplicidade de pontos de resistência [...] que são casos únicos: possíveis, necessárias, improváveis, espontâneas, selvagens, solitárias, planejadas, arrastadas, violentas, irreconciliáveis, prontas ao compromisso, interessadas ou fadadas ao sacrifício (FOUCAULT, 1999, p. 91)

São nessas resistências, distribuídas e irregulares, inerentes a tentativa de dominação e expansão hegemônica, que a produção cultural e o trabalho criativo são de suma importância. O poder e a resistência constituem - e são constituídos por - uma memória social, a qual influencia a forma em que vivemos e como nos identificamos com o mundo. Ela é consequência de relações sociais e culturas anteriores que induz a forma em que vivemos hoje. Assim como a tradição seletiva, a memória social é uma forma de transmissão de valores e significados de geração a geração. Domingues (1999) a conceitua, em seu livro "Criatividade social, Subjetividade coletiva e a Modernidade brasileira contemporânea", da seguinte forma:

> A memória social é responsável pela estruturação dos sistemas sociais, ou seja, pelo estabelecimento e manutenção de padrões interativos e institucionais, subjazendo também a operações técnicas e científicas. Ela inclui [...] atitudes e sentimentos, regras sociais e normas, padrões cognitivos, o conhecimento científico e tecnológico assume formas ideais e materiais. [...] Ela provê os padrões para a estruturação do "imaginário" social, isto é, para a dimensão expressiva, cognitiva e normativa da vida social, o desenvolvimento das relações sociais e o intercâmbio material dos sistemas sociais com a natureza. (DOMINGUES, 1999, p. 37)

A memória social transmite normas e regras, as quais podem tocar diretamente nas subjetividades tanto individuais quanto coletivas. Ela produz identificações diferentes das propostas globalmente. É nesse sentido que a produção cultural e o trabalho criativo podem construir novas identidades e serem formas de expressá-las. A interação e a produção coletiva de tais identificações nos permitem criar movimentos contrários à retórica global e

competitiva imposta pela hegemonia e valorizar a construção de normas e significados condizentes à realidade local e popular.

2.3 O trabalho criativo e a formação de identidades

Quando falamos da relação entre hegemonias e contra-hegemonias, há uma série de tensionamentos de poder que visam certos interesses. A expansão da retórica neoliberal perante o mundo, também consequente do processo de globalização, têm como uma das muitas consequências, o enfraquecimento dos Estados-nação e sua subordinação aos poderes hegemônicos, sobretudo ao mercado global. Isso acontece, por exemplo, quando empresas e corporações instauram fábricas em países com mão de obra barata e que possuem uma estrutura econômica socioeconômica vulnerável.

Nesse contexto, essas hegemonias globais aparecem como salvadoras, instauram e reproduzem suas próprias bases de funcionamento (SANTOS, 2000) e criam um sentimento de indispensabilidade do poder público e suas estruturas. Essa ação repetidas vezes, em vários países diferentes, acabam por influenciar memórias sociais que estruturam normas e signos que tem como referência a competitividade, a autonomia das empresas e a descrença das instituições públicas. As sociedades são infestadas de conceitos e costumes globais que dispensam a cultura local ou as utilizam de plataforma para maior inserção e permeabilidade.

Frederic Jameson (2001) fala que por traz dessas relações e tentativas de domínio, e por consequência atos de resistências, existe uma nova faceta de imperialismo, cujas "formas compõem agora uma verdadeira dinastia" (JAMESON, 2001, p. 18). O autor se refere diretamente aos Estados Unidos como ponto de partida, trazendo a reflexão de que quando falamos da expansão do poder e da influência da globalização estaríamos descrevendo a expansão econômica estadunidense e seu alto poderio bélico.

Entretanto, parto do pressuposto de que as hegemonias do mundo globalizado são muito mais distribuídas, autônomas e perigosas, e seus interesses se sobrepõem até ao país mais "influente" do mundo. As oligarquias políticas e burocráticas, multinacionais e bancos formam uma coalizão de poderes concretos (DARDOT e LAVAL, 2016) que constituem o imperialismo contemporâneo, em suas facetas econômicas e culturais.

Dessa maneira, o movimento contrário a essas hegemonias globais pode se encontrar no nacional, nas identidades que compõem um estado-nação. Stuart Hall (2005) refere-se a

palavra “nação” a uma comunidade local, sobretudo uma condição de pertencimento, que hoje se dilui no contemporâneo, onde perspectivas de tempo e espaço foram completamente alteradas, as quais dificultam ainda mais a formação de identidade de indivíduos e coletivos.

A descredibilização da figura do Estado esconde seu papel essencial para o desenvolvimento de uma sociedade. Para além da gestão do local onde se delimita suas fronteiras, ele é fundamental para construção de identidades. As narrativas acerca das nações criam sentidos de vida e razões as quais fazem parte da construção de uma cultura nacional. Tal cultura nacional é um discurso, “uma maneira de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 2005, p. 50). O autor jamaicano vê a cultura nacional como uma comunidade imaginada, a qual é fundamentada nas memórias do passado, no desejo por viver em conjunto e na perpetuação de uma herança.

Nesse sentido, uma cultura nacional, uma cultura compartilhada por milhares de indivíduos, pode formar uma potência contra valores e retóricas globais que ignoram especificidades e saberes locais. No desejo de viver em conjunto e na percepção coletiva enquanto um todo, há chances contra hegemonias que se interessam apenas com sua expansão desenfreada. Todavia, esse discurso nacional precisa de muita atenção, pois nele funda-se um olhar purificador, racista e conservador de uma comunidade imaginada ideal.

Esse discurso de cultura nacional se equilibra entre a tentação de retornar ao passado e o impulso de avançar às perspectivas de futuro e progressistas. A perpetuação de uma herança pode ocultar mobilizações que visam expulsar “os outros” que ameacem a identidade nacional (HALL, 2005), sendo base para políticas ultranacionalistas, racistas, machistas, homofóbicas ou para qualquer uma que vise a homogeneização como uma forma de “higienizar” a sua comunidade imaginada. Nesse sentido, “ não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural” (HALL, 2005, p. 59).

Essa tendência homogeneizadora da cultura nacional mostra o cuidado que devemos ter ao abordá-la, pois no fim é tão pouco diferente da homogeneização cultural proposta pela hegemonia do mundo globalizado, a qual os "diferentes" que não estão dispostos a seguí-la são excluídos e desvalorizados. Por isso Stuart Hall (2005) propõe que deveríamos pensá-la de outra forma:

> Deveríamos pensá-las (as culturas nacionais) como constituindo um dispositivo discurso que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são

> atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo unificadas apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural (HALL, 2005, p. 62).

Tendo em vista que as nações contemporâneas são híbridos culturais (HALL, 2005), a diferença como unidade e fundamento de valores e comportamentos possibilita vislumbrar conexões mais profundas entre os atores criativos, suas relações de trabalho e a Economia Criativa. Ao invés de pensarmos a partir da perspectiva global e homogeneizadora de uma ecologia complexa global e universal que tem como premissa o binômio cultura e desenvolvimento, porque não pensarmos a Economia Criativa no plural? Redes entre indivíduos, Indústrias Criativas, cidades e outros setores que formam ecologias complexas fundamentalmente ligadas aos territórios e em seus contextos específicos. Cada uma dessas economias criativas representa uma ecologia que se estrutura e se expressa a partir de suas identidades e especificidades.

Uma Economia Criativa Nacional, digamos assim, poderia ser formada por uma espécie de mínimo sentido e orientação, sendo composta por representações das mais diversas identidades que compõem o vasto campo das economias criativas locais. Nessa ótica a produção cultural local e a participação dos atores criativos assim como da sociedade civil podem ser impulsionados, politizados e valorizados por suas especificidades e contextos.

A organização de atores criativos, dos mais diferentes nichos, das mais diferentes economias criativas, possibilita uma produção cultural diversificada e que converse com os mais diversos âmbitos da sociedade. Para além disso, essa organização dos criativos enquanto grupos e coletivos pode fazer com que suas vozes se intensifiquem, os quais seus interesses, problemas e críticas sejam valorizados e tenham um forte poder de influência perante a sociedade e a hegemonia.

Ao invés de uma produção concentrada no consumo global e generalizado, pode-se pensar uma conexão entre criativos, sociedade e instituições públicas focada na união e colaboração entre diferentes práticas culturais, as quais possibilitam a criação de bens e serviços culturais que conversam com os desejos e as demandas específicas de cada população local e intimamente ligada à "sua" Economia Criativa.

A ideia de uma "cultura nacional" baseada na diferença e na valorização da produção cultural local e colaborativa pode potencializar a união de trabalhadores criativos e a participação da sociedade mesmo dentro de um cenário de individualização e concorrência generalizada. Uma produção de símbolos e representações que oriente um sentido de pertencimento da sociedade às Economias Criativas locais (e vice-versa) fortalece a

possibilidade de ações contra-hegemônicas potentes e concretas. São diferentes Economias Criativas locais que produzem bens, serviços e valores ligados à sua realidade e território, que podem conversar e trabalhar em conjunto com outras Economias Criativas ligadas a diferentes contextos.

Essa produção transversal (ou não) possibilita a autonomia da produção de bens e serviços culturais, tendo por trás uma rede de atores e indústrias criativas que viabilizem e colaborem para tal produção. O trabalho em conjunto entre os participantes de uma Economia Criativa possibilita a construção de identidades ligadas ao território, à história vivida e as transformações locais. As Economias Criativas juntas, cada uma com suas especificidades, ao dialogar e articular em conjunto formam uma poderosa estrutura cultural e política que faz frente às fabulações do mundo globalizado e aos interesses puramente financeiros da hegemonia.

Essa gama diversa de produção cultural pode impulsionar um número inquantificável de atos e ações os quais possibilitam a geração de mudanças. Entretanto, os indivíduos podem ter inúmeras reações a partir das influências que os cercam e por isso a comunicação é tão importante quando falamos de cultura, sociedade e Economias Criativas. Levando-se em consideração a especificidade de cada indivíduo e coletivo em um mundo híbrido cultural, a comunicação é essencial para gerar uma maior identificação com os valores e significados dos bens e serviços culturais, o que impulsiona ainda mais a possibilidade de condutas práticas. São a partir das atitudes que uma cultura dominante pode ser alterada e outros significados e valores podem ser construídos.

3. A Participação

Marshall Sahlins (1987), antropólogo estadunidense, entende a história do mundo sendo fruto de um ordenamento cultural de diferentes modos nas diversas sociedades, o que nos remete à memória seletiva delineada por Domingues (1999). A memória seletiva e seus esquemas culturais são ordenadas historicamente porque tais conjuntos de significados e valores são reavaliados quando colocados em prática e nesse sentido, a cultura é historicamente reproduzida na ação (SAHLINS, 1987).

Para além de bens e serviços culturais, a cultura se objetifica nas práticas e ações, sendo esse um dos modos para sua emancipação enquanto contra-hegemônica. Todavia, as circunstâncias e contextos inerentes à ação não refletem necessariamente os significados que

lhe são atribuídos. Existe uma contingência muito grande no campo da ação e participação de indivíduos e coletivos, por isso, não podemos vê-los apenas como atores passivos e influenciados por um contexto determinista de “hegemonia e contra-hegemonia".

A “participação”, seja ela qual for, é um alvo de disputas materiais e discursivas a qual é influenciada pelos contextos e particularidades da vida de cada indivíduo. Nico Carpentier (2018), professor e pesquisador da Comunicação, afirma que a própria indefinição conceitual acerca da participação é fruto de disputas de poder, as quais tornam o tema altamente contingente, já que a articulação do conceito varia de acordo do enquadramento ideológico utilizado. Na abordagem sociológica da participação ela é vista como “tomar parte em determinados processos sociais” (CARPENTIER, 2018, p. 248), o que a faz ser caracterizada por incluir muitos (se não todos) os tipos de interações humanas. Nesse sentido, ela é vista mais como *modus operandi* do ser humano, um recurso técnico, uma descrição de como as pessoas interagem e participam.

A abordagem que utilizaremos acerca da participação é a política, pois vê a participação pertencente à "equalização das desigualdades de poder em determinados processos de tomada de decisão”. Para esse autor, ela é vista como um meio de equilibrar as relações de poder entre atores privilegiados e não-privilegiados, tanto em processos formais quanto informais de tomada de decisão (CARPENTIER, 2018, p. 250). Assim, o poder está intrinsecamente ligado à participação, que por sua vez é estimulada em diferentes intensidades e com os mais diversos objetivos.

A comunicação é de suma importância para impulsionar práticas e condutas oriundas dos sujeitos e coletivos da sociedade. Os meios de comunicação são usados de diversas maneiras, há muito tempo, para medir, controlar e influenciar diferentes níveis de ação e participação. Jonathan Crary (2013) vê a difusão da televisão, em 1950, como um ponto de virada de apropriação do mercado perante tempos e espaços que até então, naquela época, ficavam de fora de um domínio da hegemonia. Naquele momento a televisão entrou na vida cotidiana das pessoas e adquiriu um importante poder de influência no dia-a-dia da sociedade.

A TV trouxe novos comportamentos homogêneos e habituais às esferas da vida, o que redefiniu o significado de pertencimento à sociedade (CRARY, 2013). As formas de passar, usar, desperdiçar, aguentar ou dividir o tempo foram alteradas a partir da televisão, que impulsionou modos mais uniformes de usar e controlar esse tempo. As mudanças trazidas por essa inovação impactou o mundo social externo e a subjetividade interna de

cada indivíduo, revolvendo a relação entre esses dois âmbitos. Ainda acerca da televisão, o autor:

> Surgida em meio aos efeitos retardados do choque da Segunda Guerra Mundial, a televisão era o local em que se desestabilizavam as relações entre exposição e proteção, ação e passividade, sono e vigília, publicidade e privacidade. [...] A reorganização relativamente súbita e ubíqua do tempo e da atividade humana que acompanhou a televisão conheceu poucos precedentes históricos (CRARY, 2013, p. 89 e 90).

De repente, com a nova lógica da televisão, milhares de pessoas começaram a ficar muitas horas do dia e da noite sentados, mais ou menos estáticos, perto de objetos reluzentes e iluminados (CRARY, 2013). A participação social foi de certa forma anestesiada com o *boom* da televisão em 1950. Estamos falando, à época, de um sistema estabilizado, com poucas opções de canais, com um formato fixo e poucos concorrentes. A TV entrou nas rotinas das pessoas reconfigurando os comportamentos, os modos de ser e estar no mundo bem como os hábitos de consumo. O sistema capitalista viu na televisão uma forma de colonizar "arenas importantes do tempo vivido", mas todo caso o neoliberalismo e sua retórica "exigia que houvesse uma extração de valor muito mais metódica do tempo de televisão, e, a princípio, de toda hora de vigília" (CRARY, 2013, p. 93).

Dessa maneira os *smartphones* são aparelhos que além de oferecer diversas opções para os indivíduos, possuem uma capacidade de integrar as pessoas às rotinas 24/7 de uma maneira completa, ou seja, influenciar ainda mais o comportamento, as condutas e as atitudes das pessoas com base numa retórica da individualização, da alta produtividade e da competição generalizada. Nesse sentido, essa retórica é capaz de impulsionar uma desmobilização coletiva, uma aversão à política e uma descrença na colaboração entre indivíduos.

É nesse contexto que se faz importante o enfoque nas relações de poder quando falamos de participação. Em mundo midiatizado que ficamos imersos 24/7 em redes sociais, jogos online ou sites de compra, a participação entre indivíduos e instituições fica marcada como um *like*, um clique em "comprar", uma resposta de um *tweet* pela sua marca preferida ou em qualquer interação na internet. Nesse espaço marcado por um número imenso de interações, a participação acaba por ser banalizada e sua potência para mudanças sociais e políticas subvalorizadas. Trazer o viés político para a ação de participar retoma a sua real potencialidade, sobretudo em regimes políticos democráticos que, atualmente, estão sendo ameaçados pelo autoritarismo e conservadorismo.

De acordo com Carpentier (2012), dentro da história democrática existe um embate para determinar se a democracia significa algum tipo de poder popular (uma forma de vida na qual os cidadãos estão engajados no autogoverno e na auto-regulação) ou uma espécie de ajuda à tomada de decisões (um meio de legitimar as decisões dos votados no poder). O equilíbrio democrático se encontra na representação, ou seja, na delegação formal do poder para que atores específicos sejam autorizados em nome dos outros a agir, a assinar, a falar recebendo o poder de representante (CARPENTIER, 2012) e na participação que se refere ao envolvimento dos cidadãos na política e nas decisões que visam equalizar o poder entre governantes e governados. Todavia, as formas de participação política, sobretudo pelos governados, não são totais e sim estruturadas através de lógicas institucionais, legais e culturais que delimitam seu envolvimento. Ao reduzir o papel político das pessoas apenas à participação no processo eleitoral, o equilíbrio entre participação e representação se desloca e o poder continua centralizado, o envolvimento da sociedade civil fica limitado e as hegemonias do mundo capitalista têm a possibilidade de se manter no centro das decisões políticas. Esse tipo de dinâmica é prejudicial à vivência política democrática.

Existe um grande número de modelos democráticos que defendem tanto versões maximalistas quanto minimalistas de participação. A complexidade das estruturas estatais, das disputas discursivas e dos interesses hegemônicos torna essencial a representação e a delegação de poder como um instrumento de gestão do Estado.

Entretanto, podemos ver a participação de duas maneiras: 1) participação parcial, na qual é um processo onde duas partes ou mais influenciam a tomada de decisões umas das outras, mas por final, apenas uma parte detém o poder sobre a última decisão e; 2) participação total, um processo onde cada membro de um órgão decisório tem poder igual para determinar o resultado das decisões. A partir dessa perspectiva acerca da abordagem política da participação, Nico Carpentier (2012) vê a maximização da participação dos governados no que ele chama de "áreas alternativas" da política e é "somente através da participação nestas áreas alternativas que um cidadão pode esperar qualquer controle real sobre o curso de sua vida ou o desenvolvimento do ambiente em que vive" (CARPENTIER, 2012, p. 167).

Em seu artigo "*The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?*", Nico Carpentier especifica a indústria como uma dessas "áreas alternativas". Trazendo para nossa discussão, as Economias Criativas — pensadas como redes autônomas e locais — formam áreas alternativas nas quais os indivíduos podem ter controle real e palpável acerca de decisões e processos que permeiam a produção de bens e

serviços culturais, uma vez que está em jogo a criação de significados e valores. Assim, a combinação dos princípios e práticas da democracia direta e representativa pode maximizar a participação da sociedade civil e dos atores criativos. Por conseguinte, as Economias Criativas juntas podem emancipar o papel da sociedade civil e dos atores criativos para além de um processo eleitoral importantíssimo, pois configuram-se pontos fundamentais de participação política desses atores nos mais diversos âmbitos da sociedade.

3.1 Cultura Participativa

Henry Jenkins, professor e pesquisador estadunidense da Comunicação, vê a Cultura Participativa como "uma variedade de grupos que funcionam na produção e distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos" (JENKINS, 2014, p. 24). Todavia, essa perspectiva sociológica acerca da participação acaba por esvaziar sua potência ao reduzi-la à forma de interação entre grupos, o que constitui uma área muito grande onde a participação se aplica. Em sua abordagem política, Carpentier (2018) vê que intrinsecamente à participação, existem relações de poder que moldam e orientam as intensidades do envolvimento das partes.

O poder e suas relações são fundamentais para a participação que se configura como um meio de equilibrar as relações de poder entre atores privilegiados e não-privilegiados, tanto em processos formais quanto informais de tomada de decisão. Neste trabalho definimos a Cultura Participativa como um conjunto de significados, valores e práticas que tem como base a premissa da equalização das relações de poder por meio de processos deliberativos de tomada de decisão, nos quais demandam estratégias, comunicação organizacional e colaboração entre grupos e indivíduos. Dessa maneira, a Cultura Participativa, a partir da perspectiva política de Carpentier (2018), é fundamental para ampliar a participação civil e criativa em todas as áreas da sociedade.

A descrença do poder público, da política e do Estado-nação vêm caracterizando a racionalidade da sociedade contemporânea. As TICs, as mudanças no tempo e espaço e a construção de novas subjetividades impulsiona cada vez mais a permeabilidade das fronteiras da política institucionalizada. Para além do domínio que engloba instituições e estruturas públicas - Congresso Nacional, Câmara dos Deputados, Senado Federal e etc -, a política e suas lógicas de poder e de tomadas de decisão atuam fortemente em outras áreas e esferas da sociedade. Existem diversos atores como grupos de interesse, movimentos

sociais, sociedade civil ou ativistas, os quais ampliam o escopo da política e tornam a participação mais heterogênea e multidirecional (CARPENTIER, 2012). A cultura e a produção de bens e serviços ligados à ela permeiam todos esses atores, podendo produzir identificações diferentes com cada grupo e servindo como uma espécie de liga que junte todos eles.

Ao pensarmos essa produção de cultura espalhada, diversificada, autônoma e local, a possibilidade de conversa e articulação com os demasiados atores políticos fora dessa institucionalização aumenta e as Economias Criativas podem ampliar o escopo da política e tornar a participação mais heterogênea e multidirecional. Nesse sentido, as Economias Criativas e os demais atores sociopolíticos não precisam necessariamente visar o impacto na política institucionalizada *a priori*, mas voltar seus esforços primeiro para uma mudança cultural da sociedade. As Economias Criativas, assim como movimentos sociais como o feminismo, por exemplo, para além de aumentar o número de atores envolvidos em atividades políticas, podem ampliar as esferas que são consideradas políticas (CARPENTIER, 2012). De acordo com o assunto, o autor:

> O movimento feminista visava a re-articulação das relações de gênero, dentro de uma diversidade de esferas sociais, combinando políticas de identidade com tentativas (bem sucedidas) de afetar os marcos legais. Não apenas testemunhamos uma ampliação do conjunto de atores envolvidos em atividades políticas, mas também uma expansão das esferas que são consideradas políticas. Um exemplo aqui é o slogan feminista "o pessoal é político" (Hanisch, 1970), que afirmava a natureza política das esferas sociais, como o corpo e a família. Millet (1970), por exemplo, cunhou o termo política sexual, ampliando a noção de política para a esfera do privado (CARPENTIER, 2012, p. 170).

A politização das esferas da vida e da sociedade vêm sendo explorada pela participação democrática desses atores. A política não pode se limitar à sua institucionalização e tem que ser vista como solução para os problemas provenientes da democracia, por meio da conversão da sociedade civil, da economia, da família, da criatividade e demais esferas como locais de sua prática.

A discussão e problematização são necessárias, tendo em vista que a estruturação da nossa sociedade culturalmente, economicamente e politicamente são frutos da articulação, sobretudo, de atores hegemônicos. Devido a essa construção histórica, o político toca o nosso mundo por inteiro e não pode se limitar às esferas das instituições públicas. Por isso, o domínio cultural/simbólico precisa estar dentro dessas esferas politizadas.

A priorização do consumo e da sua perspectiva enquanto *commodity* acerca dos produtos e serviços culturais são parte de uma estratégia política das hegemonias do mundo

capitalista, os quais o consumismo e a hiperprodutividade são maneiras de ampliação da retórica neoliberal na sociedade contemporânea. Dessa maneira não é possível, nem ao menos vantajoso, separar a política da produção de bens e serviços culturais, tendo em vista que os mesmos já são frutos de uma estratégia global. Os ativistas políticos, as redes criativas, os movimentos e os demais atores precisam perturbar a benevolência de uma ordem social específica para mostrar a natureza política e discursiva de tal ordem (CARPENTIER, 2012).

As Economias Criativas enquanto redes locais de produção e distribuição de produtos e serviços culturais locais, de apoio aos trabalhadores criativos e estruturada por eles, por si só já se expressam politicamente, tendo em vista que sua própria representação constitui um ato político. Focalizar a produção nas narrativas cotidianas dos indivíduos e do contexto que eles vivem, valorizando-as e suprindo demandas locais que muitas vezes sofrem da ausência da máquina tanto estatal quanto privada, são formas de contrapor os objetivos e os interesses hegemônicos acerca da cultura. Trazer novas perspectivas políticas e socioeconômicas sobre o mundo possibilita questionar a ordem global difundida pelos atores hegemônicos.

Ao pensarmos acerca de uma Cultura Participativa precisamos levar em conta as características-chave que envolvem a participação. A partir da perspectiva política, o enfoque da participação está nas relações de poder, na qual como dito por Foucault (1999), o poder acontece em meio a relações desiguais, móveis e parte de inúmeros pontos. Nesse sentido, a participação é discutida a partir da distribuição do poder dentro da sociedade que acaba por acontecer em todas as suas esferas.

O exercício da participação envolve estratégias, discursos e resistências. Por isso, pensar uma Cultura Participativa que possibilite a emancipação das Economias Criativas pressupõe a consciência da politização de sua articulação, o delineamento de estratégias que beneficiem o envolvimento dos atores criativos em decisões nos mais diversos âmbitos da sociedade, bem como a organização de resistências contra enfrentamentos discursivos e ideológicos, proferidos contra os aparelhos culturais e sua produção de bens e serviços pelo poder hegemônico.

Para além de um contexto homogêneo e com métodos únicos de colaboração, a participação está “sempre situada em processos e localidades particulares, e envolve atores específicos” (CARPENTIER, 2012, p. 173), por isso, ao tentar analisar as características e a intensidade desse processo, é preciso levar em conta contextos específicos, as relações de

poder em tais circunstâncias, quais atores estão envolvidos e as peculiaridades de cada localidade.

Desse modo, ao pensarmos a Economia Criativa como uma ecologia global única e complexa, dificultamos a participação da sociedade civil e dos atores criativos na construção de sua estrutura e na produção de bens e serviços culturais, o que facilita a cooptação dessa rede por atores hegemônicos que, por meio do capital e sua racionalidade neoliberal, conseguem tomar as rédeas desse setor tão importante da economia e da sociedade.

Uma democracia minimalista, ou seja, com a participação da sociedade civil limitada principalmente aos processos de representação - as eleições - confina a ação de atores apenas à seleção de alguns indivíduos privilegiados, o que acaba por criar uma visão de vontade popular "homogênea" mas que esbarra nas limitações de suas possibilidades. Dessa maneira, uma Cultura Participativa visa estratégias para maximizar a participação em uma sociedade democrática, sem se ater ao campo da política institucionalizada, mas um envolvimento político nas demais esferas da sociedade contemporânea. Tais estratégias combinadas com a representação e a participação passam por uma democracia direta, desde a realização de discussões e decisões feitas frente a frente com o resultado a partir da maioria ou de um consenso, até eleições de indivíduos que formariam uma espécie de conselho que continuariam articulando e discutindo com os demais atores.

Todavia, pensar em uma espécie de um sistema completamente horizontal e sem hierarquias, em redes complexas como as Economias Criativas, acaba por *a priori* poder limitar o potencial dessas estruturas dentro de uma sociedade que funciona dentro dos moldes de individualização e de competição generalizada. Manter uma estrutura inicial com uma mínima hierarquia e verticalidade, de caráter deliberativo e participativo, cujas decisões são tomadas por discussões entre cidadãos livres e iguais - indivíduos e atores criativos ligados às suas localidades - possibilita a construção de novas perspectivas políticas e socioeconômicas.

A Cultura Participativa como um conjunto de significados e valores, que são experimentados enquanto prática não precisa ser impositiva. Não podemos esperar que, no âmbito das Economias Criativas por exemplo, todos atores criativos e indivíduos que estejam envolvidos queiram participar ativamente dos processos de decisão. O envolvimento em escolhas que trazem efeitos a outros indivíduos é de responsabilidade tremenda.

O direito de não participar deve ser respeitado e garantido, porém, a Cultura Participativa traz uma outra ótica acerca da participação. No contexto do mundo globalizado, cuja retórica neoliberal vem trazendo terríveis consequências aos indivíduos e

às sociedades, a participação se mostra essencial para pensarmos em mudanças, sobretudo quando falamos de Economias Criativas. Equalizar os poderes entre atores privilegiados e não-privilegiados, tendo redes de produção de símbolos, identidades e cultura como força, pode emancipar a sociedade civil para a construção de novas formas de se viver e de interpretar o mundo, novas maneiras de representá-lo e se identificar com ele. A partir dessa força, as Economias Criativas produzem culturas plurais e territoriais que podem tomar o lugar de uma cultura homogênea pautada na autonomia, no consumo exacerbado e na competição generalizada.

3.2 As Economias Criativas enquanto participação política

A cultura caracteriza-se por ser uma esfera política há muito tempo. A reivindicação de direitos, as críticas, as denúncias e o fomento de mudanças a partir da produção de cultura são objetos de censura até os dias de hoje. Vemos com frequência artistas do funk, por exemplo, sendo agredidos violentamente pela polícia com o discurso de que suas letras e músicas fazem apologia às drogas e à violência (BRÊDA, 2021; RIBEIRO, 2021; JOVEM PAM, 2021). Tais casos repercutem nas mídias -muitas vezes com viés negativo sobre os atores criativos- e abrem espaço para discussões e desdobramentos acerca do ocorrido, levantando questões sobre o racismo dos aparelhos públicos e sua forma violenta de atuação. Focada sobretudo na periferia e seu cotidiano, o funk é uma importante cultura ligada à realidade de muitos brasileiros que sofrem com as ações do Estado, com a violência e com o descaso público.

Para além do produto da música, a valorização e o impulsionamento dessa cultura possibilitam o desenvolvimento e melhorias dos indivíduos ligados à ela. Ademais do financeiro, o enaltecimento do funk possibilitou a profissionalização e o arranjo de estruturas organizacionais feitas por atores criativos locais e intimamente ligados com a cultura, emancipando-os aos interesses das tradicionais gravadoras e possibilitando a autonomia de lucrar e agir pelos seus próprios interesses.

A força da Cultura Participativa não está somente ligada ao resultado dos produtos culturais feitos pelas Economias Criativas, mas sim ao seu processo de organização imbricado intimamente à participação, a qual é capaz de emancipar indivíduos e coletivos à uma maior influência cultural e política na sociedade (CARPENTIER, 2018). Uma estrutura

organizacional de atores criativos de diversos nichos, na qual a decisão perpassa deliberativamente pelos membros, possibilita a manutenção de um discurso representativo, que gera identificação e que viabiliza um desenvolvimento coletivo dos atores criativos e dos locais que atuam.

A junção dessas diversas estruturas, não vistas apenas como Indústrias Criativas, mas como coletivos que se apropriam de instrumentos e ferramentas, que se organizam e profissionalizam, com o viés colaborativo e de atuação política, promove uma força cultural e política capaz de fazer frente às estruturas tradicionais da economia neoliberal e da política institucionalizada. No mundo atual, fazer frente é jogar o "jogo" político das empresas e conglomerados, negociando seus próprios interesses, contrapartidas e imposições. A colaboração dos atores criativos nesses processos decisórios como as negociações é de suma importância para reverter a lógica da sedução do capital que permeia tais ações. Isso porque a própria presença dos atores juntos nesses processos representa uma participação política que traz consigo todo discurso e memória social existente em sua representação enquanto uma organização cultural.

Dessa maneira, a participação dos atores criativos nos processos burocráticos e organizacionais da constituição de organizações componentes das Economias Criativas é outra possibilidade que a Cultura Participativa propõe à esses atores. A profissionalização e a multipluralidade que a interação entre os indivíduos propõem pode fortalecer a participação em diversos âmbitos, o que pode aumentar a transversalidade entre essas redes locais e impulsionar a resistência contra cooptações neoliberais acerca das Economias Criativas. Nesse sentido, a atuação diversa e colaborativa pode facilitar o diálogo com as instituições públicas e o Estado, tendo em vista que uma forte influência local das Economias Criativas pode abrir oportunidades para articulações a níveis nacionais.

Tendo em sua base e estrutura as ferramentas e instrumentos úteis para tal ação, uma autonomia pode ser pleiteada e as Economias Criativas podem executar projetos articulados com o Estado mas com seus interesses em até certos níveis preservados. Todavia, para tal relação precisa-se de uma série de fatores que atualmente, sobretudo, em um governo autoritário e conservador, é de difícil realização e as Economias Criativas não alcançam seu potencial máximo sem o auxílio do Estado por meio de políticas públicas (ROBERTE, 2019). Entretanto, a chave de sua concretude está na sua organização, colaboração e participação, cujo os atores criativos ligados às suas realidades possam alcançar e articular politicamente com outras localidades, fortalecendo redes e discursos, ampliando sua influência sobre as esferas da sociedade e perturbando a ordem social hegemônica.

Uma produção de cultura organizada e estruturada permite a articulação com os demais atores sociais que operam na construção e politização da sociedade. Os grupos de interesse, movimentos sociais, sociedade civil e ativistas (CARPENTIER, 2012) podem por meio da cultura se comunicar, se organizar e agir em conjunto. Nesse sentido as Economias Criativas podem de certa forma serem as "maestras" de movimentos cuja "sinfonia" envolve os mais diversos atores e grupos sociais.

A produção desde músicas, poesias, feiras, encontros, literatura até publicidade, aplicativos, exposições artísticas podem servir de meio, de motivo, de corpo ou de discurso que orienta os mais diversos atores a um objetivo em comum. Dessa forma, as Economias Criativas podem guiar e inspirar mudanças culturais e sociais, fazendo com que sua participação política seja palpável e concreta.

A hegemonia do mundo capitalista tenta de todas as formas frear qualquer tipo de mobilização social e política que seja contra seus interesses. Como vimos com Milton Santos (2000), o sistema político e econômico vigente se mantém a partir do exercício repetido de fabulações, que estão em constantes mudanças para que a construção de sentido se mantenha coerente e comercializável. As hegemonias possuem o acúmulo de capital e os instrumentos necessários para viabilizar formas de reprimir qualquer tipo de alteração dessa ordem. O próprio discurso acerca de uma Economia Criativa que une o desenvolvimento e a cultura, por meio de mecanismos como os DPIs, por exemplo, mostra como funciona a articulação dos agentes hegemônicos. Por isso o estudo, a profissionalização e sobretudo, a apropriação de métodos, instrumentos, *modus operandis* e estratégias é de suma importância para qualquer tipo de ação contra-hegemônica por parte das Economias Criativas. Esse conhecimento compartilhado dentro das redes locais fortalece os atores criativos e suas organizações enquanto estruturas, o que impulsiona sua participação política na sociedade.

A concepção das Economias Criativas enquanto variadas, diversas, locais e estruturadas a partir dos próprios atores criativos é de suma importância. Mesmo necessitando da ajuda do Estado para alcançar sua potência máxima e muitas vezes não tendo os recursos necessários, as Economias Criativas encontram nesse contexto sua abundância. De acordo com isso, Milton Santos (2000) argumenta:

> Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, uma cultura territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada. Essa cultura da vizinhança valoriza, ao mesmo tempo, a experiência da escassez e a experiência da convivência e da solidariedade. É desse modo que, gerada de dentro, essa cultura endógena impõe-se como um alimento da política dos pobres, que se dá independentemente e acima dos partidos e das organizações. Tal cultura realiza-se segundo níveis mais baixos de técnicas, de capital e de organização, daí

> suas formas típicas de criação. Isso seria, aparentemente, uma fraqueza, mas na realidade é uma força, já que se realiza, desse modo, uma integração orgânica com o território dos pobres e o seu conteúdo humano (SANTOS, 2000, p. 71).

Dessa maneira, os atores criativos e a sociedade civil organizados enquanto ecologias complexas que articulam entre atores, indústrias criativas, sociedade e cidades, têm em sua estruturação uma chave de pensar novas perspectivas sociais, econômicas e políticas. Para além de um contexto global, a produção de cultura pode criar novas formas de viver locais, mudanças específicas e que influenciam contextos e indivíduos ligados com aquela localidade. A realidade precisa ser valorizada e formas de sobreviver à ela postas em primeiro plano. A potência das Economias Criativas se encontra quando mudanças concretas e efetivas são feitas em suas localidades, por meio do amparo de demandas urgentes e necessárias para o desenvolvimento local. A partir da ação territorializada podemos pensar ações ainda mais transversais, abrangentes, nacionais e disruptivas. Essa possibilidade de novo mundo impulsionado pelas Economias Criativas não será uma construção de cima para baixo, a qual a influência hegemônica a dita, mas vai ser uma edificação cuja trajetória se dá de baixo para cima (SANTOS, 2000), tendo sua força no local e popular.

3.3 A Cultura Participativa como possibilidade às Economias Criativas

O empreendedorismo e os valores que o cercam ditam o funcionamento da Economia Criativa hoje. A informalidade do trabalho criativo e a competitividade generalizada fomentam um ambiente criativo elitizado e instável economicamente. A forma como a Economia Criativa é pensada fundamenta-se no valor enquanto *commodity* dos bens e serviços culturais, em um discurso fabulado da cultura e desenvolvimento e no lucro das Indústrias Criativas, que são caracterizadas pelas grandes corporações criativas como Amazon, Google e Facebook. A racionalidade neoliberal existente desde a concepção da Economia Criativa enquanto conceito acaba por brecar o trabalho coletivo e a produção de bens simbólicos disruptivos que tenham em suas bases diferentes valores e significados dos propostos pelas hegemonias do mundo capitalista.

A Cultura Participativa, além de promover a interação entre diversos grupos e indivíduos, possibilita que o poder decisório esteja distribuído entre os atores criativos que trabalham diretamente com a produção dos bens e serviços culturais e a sociedade que os consome. Nesse sentido, o envolvimento de diversos atores e agentes da sociedade pode se fazer presente em diversas camadas das Economias Criativas, podendo garantir uma maior acessibilidade de grupos e indivíduos na constituição das estruturas criativas, podendo tornar o ambiente menos elitizado e menos competitivo. Com a participação pautada em decisões deliberativas, no delineamento de estratégias e na consciência política de sua articulação enquanto grupos criativos, o valor simbólico da cultura enquanto criadora de subjetividades e identificações pode ter prevalência sobre seu valor enquanto *commodity*.

As Economias Criativas enquanto mediadoras de processos e movimentos políticos, as quais unem diversos atores sociais, possibilitam a emancipação dos atores criativos para uma maior participação política numa sociedade democrática. Sua maior participação, assim como da sociedade civil, nos processos decisórios da sociedade, viabiliza ir além de uma política representativa das eleições, podendo atuar nas mais diversas esferas da política, da economia, da cultura e do social. A força das Economias Criativas se encontra na produção de símbolos, identidades e cultura embasadas nas vivências locais e territoriais. Diferente da retórica neoliberal do mundo globalizado, a qual criam-se símbolos fixos e mutáveis, guiados pelo consumismo e pelas hegemonias capitalistas (SANTOS, 2000), a produção cultural ligada à localidade e a vivência cotidiana de indivíduos e grupos, é "portadora da verdade da existência e reveladora do próprio movimento da sociedade" (SANTOS, 2000, p. 71). É nesse sentido que as Economias Criativas pensadas enquanto redes territorializadas, constituídas de atores criativos e sociedade civil, podem desmistificar as fábulas que formam o mundo globalizado contemporâneo, as quais precisam estar em constante mudança para erigir como "verdade" e serem aceitas.

A apropriação de técnicas e instrumentos utilizados pelas hegemonias também é impulsionada pela Cultura Participativa. Quando pensamos no surgimento de estruturas organizacionais compostas por atores criativos, que formam redes locais entre si e a sociedade, temos que levar em conta os desafios impostos pela própria lógica capitalista contemporânea. Para além de um culto da informalidade, questões burocráticas e "empresariais" são muitas vezes impostas como dificuldade para a criação de associações, organizações e estruturas dentro da "legalidade".

Nesse sentido, a participação dos mais diversos indivíduos e grupos se faz necessária para encarar tais obstáculos a fim de se apropriar desses mecanismos e usá-los para se impor

perante as empresas tradicionais. É preciso jogar o "jogo" político que envolve essas estruturas, tendo em vista a realidade do mundo em que vivemos. A participação ativa em processos decisórios, os quais grupos e indivíduos possam defender seus próprios interesses e impor suas contrapartidas e exigências, permite uma maior potência contra a lógica dominadora do capital quando embasados na equalização de poder entre atores privilegiados e não-privilegiados.

A Cultura Participativa nas Economias Criativas, enquanto dependente de estratégias, da comunicação organizacional e da colaboração, pressupõe a realização de ações internas e externas que promovem a profissionalização, o ensino de técnicas e de saberes que visem a emancipação política, econômica e social dessas economias tal qual a dos grupos e indivíduos que com elas interagem.

Para além da imposição política às corporações e empresas tradicionais, as Economias Criativas enquanto estruturadas e profissionalizadas podem se articular de maneira mais contundente com o Estado e as instituições públicas. Uma forte influência local pode dar origem a ações em níveis nacionais, nas quais as Economias Criativas são potencializadas, tendo em vista sua produção de subjetividades, valores e cultura.

A relação com o Estado pode fortalecer ainda mais a participação das Economias Criativas na democracia, podendo maximizar sua influência e potência perante as hegemonias do mundo capitalista e de sua retórica neoliberal. Governos e Estados que sofrem com o discurso da mínima intervenção estatal, da descrença do maquinário público e as diversas tratativas que visam brecar o poder público, podem ter na relação com as Economias Criativas em grande escala, uma saída para sua emancipação perante as empresas globais que intervêm em suas soberanias. Dessa maneira, a relação entre Economias Criativas e Estados pode ser positiva para os dois lados. As Economias Criativas podem se fortalecer enquanto uma realidade econômica, social e política para uma gama de indivíduos que sofrem com a informalidade e a desvalorização do seu trabalho, além de ser uma forte influência enquanto geradora de símbolos, de empregos, de saberes, de identificações e de culturas.

Os Estados têm na potência dos discursos e das práticas das Economias Criativas, a valorização do seu território nacional, do seu povo, da sua história e da sua soberania, o que os fortalece contra atores globais que são movidos apenas pela lógica da dominação e do capital. Nesse sentido, as Economias Criativas e os Estados podem prover para sociedade, um exercício democrático cada vez mais transparente e condizente com a vontade dos indivíduos e coletivos, o qual pode dar uma autonomia maior para os países e governos

perante uma tendência homogeneizadora da racionalidade neoliberal e de uma cultura pautada na mínima atuação do Estado.

A Cultura Participativa como base das Economias Criativas possibilita um maior acesso de indivíduos e grupos à elas, podendo gerar profissionalização, empregos, participação política e um meio palpável para mudanças sociais concretas. A perspectiva acerca das Economias Criativas enquanto ecologias diversas, locais e constituídas, sobretudo, pelos atores criativos e a sociedade civil, dificulta a cooptação neoliberal dessas estruturas. Para além de um discurso global que frisa o binômio cultura e desenvolvimento e que serve de amparo para as grandes corporações e indústrias criativas, discursos locais e territorializados fortalecem as reais necessidades das sociedades, podendo orientar quais iniciativas e ações de fato podem fortalecer o desenvolvimento social, econômico e político por meio da cultura. Dessa forma, as Economias Criativas precisam estar imbricadas com as decisões de atores criativos e da sociedade, a ação política e a articulação entre indivíduos e grupos locais.

Ao abranger a atuação política das Economias Criativas para todas as esferas da sociedade, sejam elas quais forem, fortalecendo a importância de discutir e se questionar as ordens sociais vigentes, traz à tona a possibilidade de construção de novos sentidos de realidade e de interpretação do mundo. Como bem dito por Milton Santos (2000), a produção cultural advinda da localidade e do território constrói formas e "estilos de vida" ligados à realidade e à verdade. As fabulações e orientações do mundo capitalista são mutáveis e dinâmicas, sendo assim sua condição essencial para realização do mundo globalizado neoliberal (SANTOS, 2000). Desse modo, o exercício da Cultura Participativa no âmbito das Economias Criativas precisa ser adaptável e flexível aos contextos específicos de cada lugar, por meio de estratégias, comunicação e resistência.

4. Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo analisar as possibilidades que a Cultura Participativa propicia à Economia Criativa para a construção de novas perspectivas políticas, sociais e econômicas acerca do mundo neoliberal contemporâneo.

Partimos do pressuposto da globalização enquanto fábula, na qual uma série de mentiras e falácias se faz necessária para a estruturação do mundo capitalista globalizado,

cuja repetição acaba por se tornar uma base aparentemente sólida de sua interpretação (SANTOS, 2000). As ideias em torno de uma aldeia global, da contração do espaço-tempo como uma realidade para todos, do esfacelamento das fronteiras e de uma cidadania mundial são algumas das falácias que servem de alicerce para o avanço global do capitalismo pelo mundo. A partir dessas ideias, valores neoliberais como meritocracia, competitividade generalizada, hiperprodutividade, alta valorização do trabalho e a mínima participação do Estado-nação encontram um ambiente propício para seu exercício.

Esses discursos fazem parte do que Williams (2005, p.53) chama de sistema central de práticas, significados e valores os quais podemos chamar de "dominante" e "eficaz". Toda sociedade possui tal sistema central dominante, que é passado adiante por meio de uma tradição seletiva, que ocorre de maneira intencional e estratégica mediante a seleção de certos significados e valores. Todavia, essa seleção pode negligenciar e excluir outros pensamentos e valores de maneira intencional.

Essa tradição seletiva pode ser fortemente influenciada pelos atores hegemônicos do mundo capitalista, os quais são caracterizados por possuírem um maior acúmulo de capital, em um mundo pautado por ele, sendo assim donos de instrumentos capazes de realizar mudanças profundas nas lógicas políticas, econômicas e sociais do mundo contemporâneo. Oligarquias políticas e burocráticas, multinacionais, empresas globais, Estados e bancos formam uma coalizão de poderes concretos, sendo caracterizados por terem um poder hegemônico. Para além de detentores de instrumentos, a nossa compreensão de hegemonia é fundamentada em Gramsci (1999), a qual se caracteriza por uma liderança cultural-ideológica de um grupo perante o outro.

A hegemonia do mundo capitalista tem como prioridade o aumento de seu lucro, tendo qualquer outro objetivo e interesse como segunda instância. Para alcançar seu principal propósito, os agentes hegemônicos atuam economicamente, politicamente e, sobretudo, culturalmente, tendo, assim, sua influência na tradição seletiva um importante instrumento para sua concretude. Dessa forma, para além de uma doutrina econômica, o neoliberalismo surge como uma racionalidade que traz a lógica do capital para todas as relações sociais e todas as esferas da vida (DARDOT e LAVAL, 2016).

Essa razão de ser e de pensar neoliberal implica diversos aspectos desfavoráveis à sociedade. Autores como Ehrenberg (2010), Han (2010) e Dardot e Laval (2016) vêm dedicando seus estudos aos resultados negativos que essa retórica neoliberal traduz, o que engloba desde o surgimento de novas patologias psíquicas até a influência na subjetividade

dos indivíduos que comandam governos e Estados, os quais estendem essa lógica para a gerência da sociedade.

Independente do tamanho da influência dessa racionalidade na sociedade e da sua tendência de expansão e dominação, ela não exclui a construção e o exercício de outros conjuntos de significados, valores e práticas que sejam contrários ou alternativos a essa forma de pensar. A expansão cultural proposta por esses atores é distribuída de maneira irregular e salienta que nenhuma cultura dominante é capaz de esgotar por completo outras práticas e formas de viver humanas (WILLIAMS, 2005). O conflito contínuo entre um sistema cultural central que salienta valores neoliberais e outras culturas, alternativas ou opositoras, cria um ambiente propício para que novas práticas, sentidos e experiências sejam continuamente criadas (HALL, 1997).

Tendo em vista que as fabulações e os discursos do mundo neoliberal globalizado precisam ser dinâmicos e mutáveis para caberem nas transformações quase contínuas da contemporaneidade, a Economia Criativa aparece como uma alternativa e um meio para os agentes hegemônicos. Com o discurso acerca do binômio cultura e desenvolvimento, esse movimento universal e ideológico (ROBERTE, 2019) utiliza a cultura, em teoria, como instrumento para promover a tolerância multicultural, a participação da sociedade civil e a potencialização do crescimento econômico. A partir do impulso de instituições como a UNESCO e o BID, esse universalismo foi expandido e valorizou a cultura por sua produção de valores simbólicos, mas, sobretudo, pela geração de renda e prosperidade.

Apesar da importância desse universalismo, enquanto valorização da cultura e sua perspectiva sobre emancipação social, política e econômica, a Economia Criativa surge de uma orientação neoliberal que acaba por privilegiar essa emancipação, em especial, a dos agentes hegemônicos. A Economia Criativa em seu conceito é imbricada com a propriedade intelectual, sendo ela o vetor da transição de uma atividade criativa para uma indústria criativa.

Nesse sentido, os DPIs surgem como uma forma de proteger e garantir a liberdade de produção dos atores criativos em suas criações. Entretanto, Jameson (2001) cita o exemplo da expansão estadunidense para mercados estrangeiros, no qual os DPIs são utilizados para sobrepujar as leis locais e derrotar as políticas protecionistas de outros países, difundindo, assim, seus filmes e atuando culturalmente sobre outros territórios. Assim, isso levanta outra ótica acerca da potência dos produtos e serviços culturais, os quais, em lugar de impulsionar o desenvolvimento socioeconômico de indivíduos e sociedades, passam a potencializar a

expansão dos interesses das empresas globais e o perpetuamento de um certo conjunto de valores e significados.

Essa retórica da liberdade - crucial para o neoliberalismo - seja de expressão ou de circulação de ideias e das propriedades intelectuais, não está em sua essência ligada ao estímulo à trabalhadores criativos produzirem ou ao seu desenvolvimento dentro desse mercado, mas sim à segurança e a uma espécie de autorização para expansão econômica e cultural desenfreada das grandes corporações componentes da Economia Criativa.

Dessa maneira, começamos a questionar o real motivo para a valorização da cultura e dos bens e serviços ligados à ela, e qual o real propósito dos investimentos da hegemonia acerca da produção desses valores simbólicos. A Economia Criativa detém um forte potencial de atuar de maneira significativa na vida cotidiana das pessoas, a qual pode moldar as relações, as estruturas e as interpretações de mundo dentro de uma sociedade. Controlar esse setor da economia é de suma importância para os interesses hegemônicos.

Para além de ser um discurso que perpetua a retórica neoliberal, a Economia Criativa funciona também nesses moldes. O trabalho criativo caracteriza-se pela instabilidade econômica, pela informalidade e pelo espírito empreendedor. Os atuantes nas Indústrias Criativas são vistos como empreendedores de "sucesso e talento" (ROBERTE, 2019, p. 17), nas quais suas oportunidades de emprego demandam uma densidade de relacionamentos e um compromisso com longas jornadas de trabalho. A instabilidade econômica desse sistema de trabalho faz com que os atores criativos de "sucesso" façam parte de um recorte elitizado da nossa sociedade, tendo em vista que os custos e as consequências desse estilo de vida empreendedor faz com que não sejam todas as pessoas que consigam arcar, sobretudo, sozinhas. Esse ponto negativo faz com que poucos indivíduos tenham acesso a atuação e a construção da Economia Criativa, restringindo a participação dos atores criativos e sociedade civil, fazendo com que fique mais fácil o perpetuamento de valores e significados que corroborem para a retórica neoliberal.

Sabendo da importância da produção de bens e serviços culturais, a participação pensada a partir da abordagem política de Nico Carpentier (2018), nos permite pensar a Economia Criativa por outra ótica. Ao invés de pensá-la como uma rede global, ou ao menos, nacional, unificando os mais diversos atores e produções culturais, podemos pensá-la enquanto Economia(s) Criativa(s), isto é, redes locais entre indivíduos, Indústrias Criativas, cidades e sociedade civil que formam ecologias complexas que são fundamentalmente ligadas aos territórios e seus conceitos específicos. A organização de atores criativos, dos mais diferentes nichos, das mais diferentes Economias Criativas,

possibilita uma produção cultural diversificada e que converse com os mais diversos âmbitos da sociedade. Desse modo, os atores criativos e a sociedade civil participam politicamente da construção dessas Economias Criativas, o que possibilita que suas vozes, enquanto indivíduos e coletivos, sejam intensificadas e seus interesses, problemas e críticas sejam valorizados e tenham um forte poder de influência perante a sociedade e a hegemonia. Nesse sentido, a cultura e o desenvolvimento podem de fato se juntar enquanto realidade, pois ao invés de uma produção cultural concentrada em um consumo global e generalizado, pode-se pensar a criação de bens e serviços culturais que conversem com os desejos e as demandas específicas de cada população local e intimamente ligada à "sua" Economia Criativa.

A participação enquanto forma de equalização de poder entre atores privilegiados e não-privilegiados, na construção e atuação das Economias Criativas locais, pode criar identidades e subjetividades ligadas ao território, à história vivida e as transformações locais. As Economias Criativas juntas, cada uma com suas especificidades, ao dialogar e articular em conjunto, formam uma poderosa estrutura cultural e política que é capaz de fazer frente às fabulações do mundo globalizado e aos interesses puramente financeiros da hegemonia.

Para além da produção de bens e serviços culturais, a cultura se objetifica nas práticas e ações, sendo esse um dos modos para sua emancipação contra-hegemônica. Essas práticas e ações podem ser impulsionadas pela Cultura Participativa por meio de estratégias, comunicação organizacional e colaboração entre indivíduos e coletivos. Na sociedade contemporânea, possuímos diversos atores, como grupos de interesse, movimentos sociais, sociedade civil e ativistas, que ampliam o escopo da política e tornam a participação mais heterogênea e multidirecional (CARPENTIER, 2012).

As Economias Criativas podem articular e conversar com os demasiados atores políticos que atuam na sociedade. Por meio de uma produção de cultura organizada e estruturada, as Economias Criativas podem de certa forma serem as "maestras" de movimentos sociais e políticos cuja "sinfonia" envolve os mais diversos atores e grupos sociais. Dessa maneira, as Economias Criativas podem atuar diretamente na construção da sociedade de maneira política, econômica, cultural e social. Essa é uma das formas em que a produção cultural pode se emancipar a estruturas democráticas meramente representativas, maximizando sua participação democrática, em um contexto a qual ela é limitada ao processo de eleições.

A junção de diversas estruturas e organizações, não vistas apenas como Indústrias Criativas, mas como coletivos criativos locais que se apropriam de instrumentos e ferramentas, que se organizam e profissionalizam, com viés colaborativo e de atuação política, promove uma força tanto cultural quanto política capaz de fazer frente às estruturas tradicionais da economia neoliberal e da política institucionalizada. Dessa maneira as Economias Criativas podem se articular com o Estado de maneira contundente, o qual sem o seu auxílio, não alcançam seu potencial máximo (ROBERTE, 2019).

A Cultura Participativa pode garantir uma maior acessibilidade de grupos e indivíduos na constituição das Economias Criativas, com a participação desses atores pautada em decisões deliberativas, no delineamento de estratégias e na consciência política de sua articulação enquanto grupos e indivíduos locais. A articulação transversal entre as Economias Criativas locais e, também, com o Estado, pode fortalecer o trabalho criativo enquanto uma realidade econômica, social e política para uma gama de indivíduos que sofrem com a informalidade e a desvalorização de seu trabalho. Assim, as Economias Criativas podem ser uma forte influência enquanto geradoras de símbolos, de empregos, de saberes, de identificações e de cultura.

A força da Cultura Participativa não está somente ligada ao resultado e a potência social e política dos bens e serviços culturais produzidos pelas Economias Criativas, mas sim ao seu processo de organização imbricado intimamente à participação, a qual é capaz de emancipar indivíduos e coletivos à uma maior influência cultural e política na sociedade.

Assim, analisamos de maneira crítica a forma em que a Economia Criativa surgiu a partir de um contexto histórico e político, cujo discurso pode ser usado de maneira estratégica por atores hegemônicos para a manutenção de seu poder perante a sociedade contemporânea. A Cultura Participativa enquanto imbricada à produção de bens e serviços culturais, permite-nos pensar outras maneiras de organização e estruturação de grupos, indivíduos e sociedades. Ela possibilita a emancipação tanto no aspecto micro dos indivíduos por meio da profissionalização e compartilhamento de saberes, quanto no aspecto macro, permitindo-nos pensar novas perspectivas sociais, políticas e econômicas acerca da sociedade neoliberal que vivemos.

Por fim, este trabalho tem como propósito abrir possibilidades a novas pesquisas, projetos e práticas que fomentem o mutualismo entre a produção cultural e a atuação política das Economias Criativas, com o foco no desenvolvimento cultural, político e econômico ligado às suas localidades. Apesar de reconhecer as dificuldades e os empecilhos de qualquer tipo de prática que tem como a coletividade social um ponto crucial para ação

política, temos a segurança de que estão no ímpeto e na ação coletiva, a chave de qualquer contestação contundente, inovadora e progressista aos males da retórica neoliberal e da perversidade do mundo capitalista globalizado.

5. Referências Bibliográficas

“Acordei na maior gritaria, cheio de fuzil e arma na cara”, diz MC alvo de operação policial. **Jovem Pan**, 2021. Disponível em: <https://jovempan.com.br/entretenimento/musica/acordei-na-maior-gritaria-cheio-de-fuzil-e-arma-na-cara-diz-mc-alvo-de-operacao-policial.html> . Acesso em: 20 set. 2021.

ARTISTAS NEGROS RESSALTAM IMPORTÂNCIA DO HIP HOP NO COMBATE AO RACISMO: Comissão de Cultura promoveu debates em alusão ao Dia da Consciência Negra. Câmara dos Deputados, 28 nov. 2019. Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/619588-artistas-negros-ressaltam-importancia-do-hip-hop-no-combate-ao-racismo/. Acesso em: 20 set. 2021.

BRÊDA, Lucas. MC Salvador da Rima é detido e aparece enforcado por policiais em vídeos. **Folha de São Paulo,** 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/02/mc-salvador-da-rima-e-detido-e-aparece-enforcado-por-policiais-em-videos.shtml> . Acessado em: 20 set. 2021

British Council. **Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas**. Série Economia Criativa e Cultural/2. BOP Consulting. Londres, 2010.

CARPENTIER, Nico. Além da escada da participação:: ferramentas analíticas para a análise crítica dos processos midiáticos participativos. **Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 245-274, 20 out. 2018

CARPENTIER, Nico. *The concept of participation. If they have acess and interact, do they really participate?* **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, [S.I], v. 2, n. 14, p. 164-177, ago. 2012.

CRARY, Jonathan. **24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono**. [S.I]: Ubu, 2014. Tradução de: Joaquim Toledo Jr.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. [S.I]: Boitempo, 2016. Introdução à edição inglesa de 2014.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. [S.I]: Boitempo, 2016.

DOMINGUES, José Maurício. **Criatividade social, Subjetividade Coletiva e ao Modernidade Brasileira Contemporânea**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1999.

EHRENBERG, Alain. **O Culto da Performance.** [S.I]: Ideias & Letras, 2010.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D.. **Cartografia dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. [S.I]: Autêntica, 2001.

Firjan. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2010. Disponível em: file:///Users/caaio/Downloads/MapeamentoIndustriaCriativa. pdf Acessado em 02 set. 2021.

FOUCAULT, Michel. **A História da Sexualidade**. 13. ed. [S.I]: Gallimard, 1999.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**. [S.I]: Edições 70, 1982.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. [S.I]: Unesp, 1991.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço**. [S.I]: Vozes, 2010.

TAVARES, Maria Conceição. **Destruição Não Criadora**. [S.I]: Record, 1999.

HALL, Suart. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, [S.I], v. 1, n. 15, p. 16-46, dez. 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. [S.I]: Dp& A, 2005. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro.

HALL, Suart. A ideologia e a teoria da comunicação. ***Rethinking Communication***, [S.I], v. 1, n. 1, p. 33-46, set. 2016. Organizado por DERVIN, Brenda et al.

HUBERMAN, Leo; GUERRA, Maria. **A História da Riqueza do Homem**. 22. ed. [S.I]: Gen, 2010.

JAMESON, Frederic. **A Cultura do Dinheiro**: ensaios sobre a globalização. [S.I]: Vozes, 2001.

MACHADO, Fabíola Orlando Calazans. **Tecnocapitalismo, telefonia móvel e impactos socioculturais**. 2007. 187 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich *et al*. **Manifesto Comunista**. Reino Unido: Boitempo, 1848.

MOLES, A. A. **El muro de la comunicación**. In: MORAGAS, M. (Ed.). Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili, 1982, p. 120-135. Tradução de: José Eugenio de Oliveira Menezes.

OLIVEIRA, Alice Roberte de. **Geração Fazedores**: o trabalho na indústria criativa do distrito federal. 2019. 126 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação

Organizacional, Departamento de Comunicação Organizacional, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

HOHLFELDT, Antonio; Martino, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 3. ed. Petrópolis, Rj: Vozes, 2001.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua e FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Estados Unidos: Aleph, 2014.

RADOJKOVIC, Miroljub. **Nico Carpentier (2011) "*Median and Participation - A site of ideological-democratic stroggle*"**: *intellect: bristol*. 2016. 1 v. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, *Department Of Political Sciences*, Universidade de Belgrado, Sérvia, 2016.

RIBEIRO, Leandro. Inocentado em processo por associação a tráfico, MC Hariel lança música crítica: 'Insistem que funkeiro é bandido'. **Globo Extra**, 2021. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/inocentado-em-processo-por-associacao-trafico-mc-hariel-lanca-musica-critica-insistem-que-funkeiro-bandido-rv1-1-25211344.html> . Acessado em: 20 set. 2021.

SAHLINS, Marshall. **Ilhas de História**. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1987.

SANTOS, Milton. **Por Uma Outra Globalização**. [S.I]: Record, 2000.

UNCTAD. **Relatório de Economia criativa 2010: Uma opção de Desenvolvimento viável**. [S.I]: UNCTAD, 2010. Disponível em: <file:///Users/caaio/Downloads/UNCATAD_Relatório de Economia criativa_2010.pdf> Acessado em 01 set. 2021.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. [S.I]: Unesp, 2005.