

NÍSIO TEIXEIRA

DIVERSIDADES CONVERGENTES:

subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais
a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá

Belo Horizonte

Escola de Ciência da Informação - UFMG

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

NÍSIO TEIXEIRA

DIVERSIDADES CONVERGENTES:

subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais
a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Ciência da Informação da Universidade Federal
de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção
do Título de Doutor em Ciência da Informação

Área de Concentração: Produção, Organização e
Utilização da Informação

Linha de pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Eugênia Albino
Andrade

Belo Horizonte

Escola de Ciência da Informação - UFMG

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

2008

T266d Teixeira, Nisio.
Diversidades convergentes [manuscrito]: subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá / Nisio Teixeira. – 2008. 252 f. : il.

Orientadora: Maria Eugênia Albino Andrade.
Apendices: f. 248-252.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.
Referências: f. 233-248.

1. Ciência da informação – Teses. 2. Cultura – Teses. 3. Política cultural – Brasil – Teses. 4. Política cultural – Canadá – Teses. 5. Incubadoras de empresas – Artes – Teses. I. Título. II. Andrade, Maria Eugênia Albino. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

CDU: 02:008



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO

"DIVERSIDADES CONVERGENTES: SUBSÍDIOS PARA MODELO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO EM INCUBADORAS ARTÍSTICO-CULTURAIS A PARTIR DE ESTUDO COMPARADO ENTRE BRASIL E CANADÁ"

Nísio Antônio Teixeira Ferreira

Tese submetida à Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos à obtenção do título de "**Doutor em Ciência da Informação**", Linha de Pesquisa "**Informação, Cultura e Sociedade (ICS)**".

Tese aprovada em: 17 de novembro de 2008.

Por:



Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade - ECI/UFMG (Orientadora)



Profa. Dra. Ana Maria Pereira Cardoso - PUC/MG



Prof. Dr. José Márcio Pinto de Moura Barros - PUC/MG

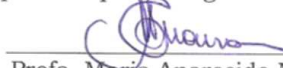


Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro - ECI/UFMG



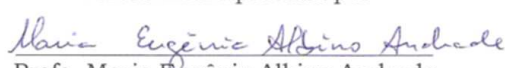
Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral - ECI/UFMG

Aprovada pelo Colegiado do PPGCI



Profa. Maria Aparecida Moura
Coordenadora

Versão final Aprovada por



Profa. Maria Eugênia Albino Andrade
Orientadora



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

ATA DA DEFESA DE TESE DE **NÍSIO ANTÔNIO TEIXEIRA FERREIRA**, matrícula:
2004206521

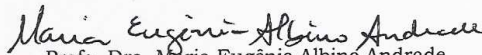
Às 15:00 horas do dia 17 de novembro de 2008, reuniu-se na Escola de Ciência da Informação da UFMG a Comissão Examinadora aprovada pelo Colegiado de Pós-Graduação em Ciência da Informação em 16/10/2008, para julgar, em exame final, o trabalho intitulado **Diversidades convergentes: subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá**, requisito final para obtenção do Grau de DOUTOR em CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, área de concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação, Linha de Pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade (ICS). Abrindo a sessão, a Presidente da Comissão, Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra ao candidato para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

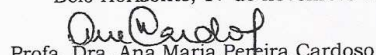
Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade (Orientadora)	APROVADO
Profa. Dra. Ana Maria Pereira Cardoso	APROVADO
Prof. Dr. José Márcio Pinto de Moura Barros	APROVADO
Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro	APROVADO
Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral	APROVADO

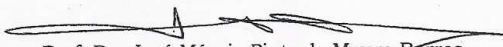
Pelas indicações, o candidato foi considerado APROVADO.


O resultado final foi comunicado publicamente ao candidato pela Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Presidente encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

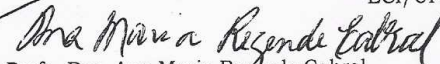
Belo Horizonte, 17 de novembro de 2008.


Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade
Orientadora - ECI/UFMG


Profa. Dra. Ana Maria Pereira Cardoso
PUC/MG


Prof. Dr. José Márcio Pinto de Moura Barros
PUC/MG


Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro
ECI/UFMG


Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral
ECI/UFMG

Obs: Este documento não terá validade sem a assinatura e carimbo da Coordenadora.


Prof.ª Maria Aparecida Moura
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação
em Ciência da Informação - ECI/UFMG

*À memória de Maria Alice Silva e à ousadia,
honestas e corajosas, dos demais brasileiros que
migraram para o Canadá*

Acredito que por trás de todo mérito individual exista uma ação e também uma conspiração coletiva. Por isso, expresso aqui meus agradecimentos:

A Deus e a meus pais pela oportunidade e pelos prazeres da existência, dentre os quais conhecer e compartilhar conhecimento;

À querida Mariana Mól pelo inestimável afeto e auxílio ao longo do percurso;

Ao indescritível apoio da mestra orientadora Maria Eugênia Albino Andrade pelo carinho e compreensão nas sugestões, apontamentos e leituras sem as quais esta tese não teria chegado até aqui;

À Capes, pelo suporte ao desenvolvimento desta pesquisa: valor que vai além da dimensão financeira;

Ao *Conseil International d'Études Canadiennes/International Council of Canadian Studies* (CIEC/ICCS), em especial à Cristina Frias e também à Karen L. McDonald, Mariana Santos, Paula Ramos e Luiz Miguel da Rocha, da Embaixada do Canadá no Brasil, pela oportunidade e pela bolsa oferecidas com o prêmio obtido do *Governor General Award/Bourses de Gouverneur General – 2007/2008*. Sem ela, esta tese não teria chegado ao Canadá e ao Quebec.

Aos membros do Colegiado do PPGCI/UFMG pela aposta no trabalho;

Aos membros da banca, pela oportunidade da leitura e do diálogo;

À acolhida do Chez Brasil e ao apoio dos amigos em solo canadense, como Adriana, Eliana Saia e Gilles Desgroseilles, Edvaldo dos Anjos, Claude Boudreault, Socorro Mol e família, Neves Silva e família, Jussara e Fred, Juliana Santos Botelho e Jerome Dubois, Jacques Desjardins, Raquel Penalosa, Jean e Magda Mailloux.

Também no Canadá, agradeço àqueles que, com conselhos, dicas e conversas, foram igualmente importantes para esta tese: Gaëtan Tremblay, Marc Ménard, Aparecida Ribeiro, Anne-Louise Fortin (todos da UQAM), Eduardo Davel e Diane-Gabrielle Tremblay (TÉIUQAM); Hector Villar e Cris Medeiros (Radio Canada International); Graeme Evans (*Cities Institute* – Inglaterra); Norma M. Rantisi (University of Concordia) e Deborah Leslie (University of Toronto).

Aos entrevistados, pela disponibilidade e pelo interesse: Louise Matte (*Maison Frontenac*), Jocelyn Robert (*Méduse*); Dominique Jutras (*Observatoire de Culture e des Communications du Québec*); Régine Cadet (*Montreal Arts Interculturels*); Marielle Audet e Godi Sagou (Sodec); Júlia Zardo e José Sampaio Aranha (Incubadora Gênese).

Aos professores Regina Marteleto, Maria Aparecida Moura, Ricardo Barbosa, Marta Kerr Pinheiro, Alcenir Soares dos Reis, Ana Cabral, Bernadete Campello e Ísis Paim (PPGCI/UFMG); Marco Crocco (Face/UFMG), Rodrigo Duarte e Iracema Amaral (Fafich/UFMG); José Márcio Barros e Ana Cardoso (PUC-MG).

Aos amigos Maíra Evo Magro, Danilo Jorge Vieira, Júnia Haddad, Leo Cunha, Túlio Sérgio Ferreira, Alysson Lisboa Neves, Carlos Vinícius Teixeira, Daniela Meira, Ruleandson do Carmo Cruz por apoio, leituras, traduções, aquisições de livros, revisões, dentre outros auxílios referentes a este trabalho.

À professora Ann Markusen (Universidade de Minnesota/EUA), ao professor Clélio Campolina e demais companheiros do recém criado grupo de estudos em Economia da Cultura da Face/UFMG, cujos encontros e conversas foram importantes na reta final deste trabalho: as colegas Paula Ziviani, Cynthia Zaniratti e as economistas Sibelle Cornélio Diniz, Ana Flávia Machado, e Sueli Moro, além de Daniel Monteiro.

À secretaria do PPGCI, aos funcionários e ao corpo docente do UNI-BH, pelo apoio constante. Ao coordenador de Jornalismo, Murilo Gontijo, agradeço pela atenção em todas as minhas solicitações.

Aos colegas que encontrei no meio da caminhada, em especial aos companheiros das disciplinas de Fundamentos Teóricos da Informação e Seminário de Tese e mais especial ainda a Leo Moraes, Carlos Alberto Ávila Araújo, Lucinéia Bicalho, Delfim Afonso Jr., Maurício B. de Almeida, Camila Maciel Mantovani, Joana Ziller e o colega do triplo nome: Renato Fabiano Matheus.

“Isso de querer ser exatamente aquilo que a gente é ainda vai nos levar além”

(Paulo Leminski)

“Temos a arte para não perecer na verdade”

(Friedrich Nietzsche)

RESUMO

TEIXEIRA, Nísio. **Diversidades convergentes**: subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá. 2008. 252 f. (Tese, Informação) – Escola de Ciência da Informação (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

Este trabalho investigou as incubadoras artístico-culturais a partir da comparação entre Brasil e Canadá - análise que inclui o detalhamento das características em duas incubadoras: a Gênesis (Rio de Janeiro/RJ, Brasil) e o *Montréal Arts Interculturels* (MAI - Montreal/QC, Canadá). O que são as incubadoras artístico-culturais, como elas se caracterizam nos dois países e o estabelecimento de uma proposição de modelo de sistema artístico-cultural produzido a partir dessa contraposição constituirá questões importantes deste trabalho. O estágio inicial do objeto de pesquisa demandou abordagem panorâmica a partir da revisão teórica em torno de três eixos. Primeiro, a cultura como um bem *simbólico*, portadora de valores e identidade, mas aqui contextualizada como produto do embate entre forças racionais e intuitivas que se institucionalizam em um dado “mundo da arte” e também na construção de sistemas de informação voltados para essa área. Segundo, a possibilidade de configuração da cultura como um bem *informacional*, que embate e se transforma a partir da, e na própria, Sociedade da Informação em direção a uma Economia do Aprendizado. Terceiro, a cultura como um bem *econômico* que, além das subvenções públicas ao setor, aponta especificidades econômicas na abordagem das obras de arte, divididas entre as “únicas”, tais como artes plásticas e artes performáticas, e as reproduzíveis, tais como indústrias culturais editoriais do livro, disco e filme. A discussão inclui também a dimensão política multilateral da cultura, em especial a partir do tema da diversidade cultural, um dos pontos de interseção e aproximação entre Brasil e Canadá, destacando-se a trajetória política cultural de cada país e, no caso canadense, com ênfase na trajetória do Quebec. O confronto entre duas experiências de incubadoras artístico-culturais nos dois países, aliadas a premissas retiradas dos capítulos anteriores, resultou na enumeração de uma série de subsídios ou categorizações a serem consideradas para um modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais, bem como sugestões de trabalhos futuros relacionados à área de facetamento da ocupação artística no Brasil, a indicadores institucionais de cultura e ao fluxo e à necessidade de informação das empresas incubadas em incubadoras artístico-culturais, dentre outros.

Palavras-chave: informação; cultura; sistemas de informação; incubadoras culturais; incubadoras artísticas.

ABSTRACT

TEIXEIRA, Nísio. **Diversidades convergentes**: subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá. 2008. 252 f. (Tese, Informação) – Escola de Ciência da Informação (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

This work investigated cultural and artistic incubators by a comparative study of the field between Brazil and Canada, including the characteristics of this process in two incubators: *Gênese* (Rio De Janeiro /RJ, Brazil) and *Montréal Arts Interculturels* (MAI - Montreal/QC, Canada). What it is an artistic and cultural incubator, what are their characteristics in the two countries and the establishment of a modelization of an artistic and cultural information system from this contraposition constitutes important issues of this work. Due to his initial stage, the research object demanded a panoramic approach through his theoretical review, around three axles. First, culture as a *symbolic* good, carrying values and identity, but here as a product of the shock between rational and intuitive forces that could be institutionalized in a so-called “art world” and also in the evolution of information systems toward this area. Secondly, the possibility of configuration of culture as an informational good, that shocks but also transforms itself from and in the Information Society toward the economy of learning. Third, the culture as an economic good that has economical characteristics in the works of art, divided between those which are “unique”, such as visual and performing arts, and those which are reproducible, such as the cultural industries of books, records and movies, and also in the public subventions to the sector. The work also includes the multilateral politics of the culture, especially the Cultural Diversity, one of the points of intersection and approach between Brazil and Canada, which are distinguished through the cultural politics trajectory of each country and, in the Canadian case, with an emphasis in the trajectory of Quebec. This comparison brought two experiences of an artistic and cultural incubators in each country, and, once allied to the premises of chapters, resulted in the enumeration of a series of subsidies or categorizations to be considered for a modelization of an artistic and cultural information system for incubators in this field, as well as suggestions of future works, like a faceted work of the artistic occupation in Brazil, institutional indicators of culture and the flow and information needs of the incubated companies in an artistic and cultural incubation, amongst others

Key-words: information; culture; information systems; cultural incubators; artistic incubators

RÉSUMÉ

TEIXEIRA, Nísio. **Diversidades convergentes**: subsídios para modelo de sistema de informação em incubadoras artístico-culturais a partir de estudo comparado entre Brasil e Canadá. 2008. 252 f. (Tese, Informação) – Escola de Ciência da Informação (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

Cette recherche a analysé les incubateurs artistique-culturels à partir de la comparaison d'une cartographie du champ au Brésil et au Canada. Cette analyse a comprys un exposé détaillé sur les caractéristiques de ce processus dans deux incubateurs, la Gênesis (Rio de Janeiro /RJ, Brésil) et le Montréal Arts Interculturels (MAI - Montréal/QC, Canada), avec l'objectif de proposer des subventions pour la modélisation d'un système d'informations artistique-culturel pour ce secteur d'incubation. Qu'est-ce que sont les incubateurs artistique-culturels ? Comment les incubateurs se caractérisent-ils dans les deux pays ? Les questions précédentes et puis l'établissement d'une proposition de modèle de système artistique-culturel produit à partir de cette comparaison ont constitué des sujets importants de ce travail. L'étape initiale de l'objet de recherche a exigé une approche panoramique de la question à partir de la révision de la littérature sur la culture, fondée sur trois propositions. Premièrement, la culture comme un bien symbolique comportant des valeurs et de l'identité, mais, ici, considérée comme produit de la confrontation entre des forces rationnelles et intuitives qui s'institutionnalisent dans un certain «monde de l'art» et aussi dans la construction de systèmes d'informations destinés à ce secteur. Deuxièmement, la possibilité de configuration de la culture comme un bien informationnel qui se choque et se transforme à partir de la Société, et dans la propre société de l'information vers une économie de l'apprentissage. Troisièmement, la culture comme un bien économique qui indique des spécificités économiques des oeuvres d'art, divisées entre les «seules», tels que les arts plastiques et ceux de la performance, et les reproductibles, comme les industries culturelles éditoriales du livre, des disques et des films, et aussi les subventions publiques au secteur. La discussion a compris aussi la dimension politique multilatérale de la culture, en particulier à partir du thème de la diversité culturelle – l'un des points d'intersection et de proximité entre le Brésil et le Canada – en soulignant la trajectoire politique culturelle de chaque pays et, dans le cas canadien, avec une mise en relief en ce qui concerne la trajectoire du Québec. De la confrontation entre ces deux expériences d'incubateurs artistique-culturels dans les deux pays, alliée à des prémisses relevées, a résulté l'énumération d'une série de subventions ou de catégorisations à être considérées comme un modèle de système d'informations dans les incubateurs artistique-culturels, ainsi que des suggestions de travaux futurs associés au secteur de l'occupation artistique au Brésil, à des indicateurs institutionnels de la culture et au flux et à la nécessité d'informations des entreprises dans le cadre des incubateurs artistique-culturels, parmi d'autres.

Mots-clés: information; culture; systèmes d'information; incubateur culturel; incubateur artistique

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1* - Contraposição entre Sistemas Modelo e Modelos de Sistema, f. 41
- Quadro 2* - Correlação entre recursos e capital, f. 58
- Quadro 3* - Ciclo virtuoso dos fatores variedade e seleção, f. 69
- Quadro 4* - Esquema de Scott Allen sobre ação criativa das cidades, f. 73
- Quadro 5* - Esquema de Graeme Evans – Povoando o Mapa Cultural, f. 73
- Quadro 6* - Promovendo a dimensão cultural no plano territorial, f. 74
- Quadro 7* - As principais lógicas de organização das indústrias culturais, f. 107
- Quadro 8* - Incubadoras artístico culturais no Brasil (triênio 2005/2008), f. 186 e f. 187
- Quadro 9* - Empresas incubadas – Gênese, f. 203
- Quadro 10* - Empresas graduadas – Gênese, f. 204
- Quadro 11* - Empresas incubadas – MAI, f. 206 e f. 207
- Quadro 12* - Proposição de sistema de informações para modelo híbrido de incubação artística, f. 230

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1* – Percentual do PIB nacional ligado à cultura – vários países, f. 115
- Tabela 2* – Despesa total com cultura, segundo as esferas do governo brasileiro, f. 129
- Tabela 3* – Número de alguns estabelecimentos culturais do Quebec, f. 156
- Tabela 4* – Atores do financiamento de equipamentos culturais no Quebec, f. 158
- Tabela 5* – Número de incubadoras por região no Brasil – últimos três anos, f. 170
- Tabela 6* – Tipo de incubadoras no Brasil, f. 170
- Tabela 7* – Número e tipo de incubadoras por região no Canadá (2005), f. 171
- Tabela 8* – Número de empresas clientes atuais por setor industrial (2005), f. 172
- Tabela 9* – Papel e objetivos de uma incubadora por escala de importância – Canadá, f. 173
- Tabela 10* – Papel e objetivos de uma incubadora por escala de importância – Brasil, f. 173
- Tabela 11* – Principais critérios para seleção de candidatos – incubadoras canadenses, f. 173
- Tabela 12* – Principais critérios para seleção de candidatos – incubadoras brasileiras, f. 174
- Tabela 13* – Natureza jurídica das incubadoras – Canadá, f. 174
- Tabela 14* – Natureza jurídica das incubadoras – Brasil, f. 174
- Tabela 15* – Fontes de informação externas utilizadas, f. 214
- Tabela 16* – Fontes de informação internas utilizadas, f. 214
- Tabela 17* – Grau de proximidade a características da incubação: Gênese e MAI, f. 217

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AACR	- <i>Anglo American Cataloguing Rules</i>
AIA	- <i>Arts Incubation Alliance</i>
Ajorio	- Associação de Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio de Janeiro
Alca	- Associação de Livre Comércio das Américas
Anprotec	- Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
AIPyPT	- Associação Nacional de Incubadoras de Empresas, Parque e Pólos Tecnológicos da República Argentina
APLs	- Arranjos Produtivos Locais
Arcepoti	- Associação dos Artesãos em Cerâmica do Poti Velho
Arist	- <i>Annual Review of Information Science and Technology</i>
Assespro	- Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet
BID	- Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIG	- <i>Berliner Innovations und Grundderezentrum</i>
BNDES	- Banco Nacional de Desenvolvimento
BQ	- <i>Bloc Québécois</i>
Cabi	- <i>Canadian Association of Bussiness Incubation</i>
Calq	- <i>Conseil des Arts et Lettres du Québec</i>
CAM	- Conselho de Arte de Montreal
CBO	- Código Brasileiro de Ocupação
CDN\$	- Dólares canadenses
CDT	- Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico
CECC	- <i>Centre de Expertise on Culture and Communities</i>
Ceim	- <i>Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal</i>
Cerb	- <i>Centre des Études et Recherches sur le Brésil</i>
CF	- Custo de Reprodução Fixo
CMCD	- Comissão Mundial para a Cultura e o Desenvolvimento
CNRC	- Centro Nacional de Referência Cultural
CNDT	- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPq	- Conselho Nacional de Pesquisa
Codec	- Comitês de Desenvolvimento Cultural
CTNs	- Corporações Transnacionais
CUM	- Custo Utilitário Médio
CV	- Custo de Reprodução Variável
DAC	- Departamento de Atividades Culturais
DAM	- <i>Diversité Artistique Montréal</i>
DCC	- <i>Dewey Decimal Classification</i>
EABC	- <i>Entergy Arts Business Center</i>
EBT	- Empresas de Base Tecnológica
Faperj	- Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro
Ficart	- Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FICC	- <i>Fonds d'Investissement de la Culture et des Communications</i>
Fidec	- Financiadora das Empresas Culturais do Quebec
Finep	- Financiadora de Estudos e Pesquisas
Firjan	- Federação das indústrias do Rio de Janeiro
FLQ	- <i>Front de Libération du Québec</i>
FNC	- Fundo Nacional de Cultura
FPCQ	- Fundo do Patrimônio Cultural Quebequense
FPLF	- Fundação Padre Leonel Franca
Funarte	- Fundação Nacional de Arte
IAP	- Instituto de Artes do Pará
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Ical	- Incubadora Cultural do Agreste Alagoano
IDS	- <i>Institute of Development Studies</i>
IEL	- Instituto Euvaldo Lodi
IEQ	- Instituto de Estatística do Quebec
Inarte	- Incubadora de Artesanato Artístico do Piauí

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Incarte	- Incubadora de Arte e Cultura da Parnaíba (PI)
Incult	- Incubadora cultural Anima Alagoana
Incultec	- Incubadora Cultural e Tecnológica de Ouro Preto
INT	- Instituto Nacional de Tecnologia
IPHAN	- Instituto de Preservação do Patrimônio Histórico Artístico Nacional
Ituc	- Instituto Tecnológico da PUC-Rio
LCC	- <i>Library of Congress Classification</i>
LCSH	- <i>Library of Congress Subject Heddings</i>
MAC	- Ministério dos Assuntos Culturais
MAI	- <i>Montréal Arts Interculturels</i>
MCC	- Ministério da Cultura e da Comunicação
MCCF	- Ministério da Cultura, das Comunicações e da Condição Feminina
MCT	- Ministério da Ciência e Tecnologia
MEC	- Ministério da Educação e Cultura
MFPT	- Ministério Federal da Pesquisa e Tecnologia
MinC	- Ministério da Cultura
Miti	- Ministério da Indústria e Comércio Internacional
MPC	- Ministério do Patrimônio Canadense
MTIC	- Ministério do Transporte, da Infraestrutura e das Coletividades
Mode	- <i>Management Assistance and Organizational Development Enterprise</i>
Mondiacult	- Conferência Mundial sobre Políticas Culturais
Munic	- Pesquisa de Informações Básicas Municipais
NBIA	- <i>National Business Incubation Association</i>
NFB	- <i>National Film Board</i>
OCCQ	- <i>Observatoire de Culture e des Communications du Québec</i>
OMC	- Organização Mundial do Comércio

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ONF	- <i>Office National du Film</i>
ONG	- Organização Não-Governamental
ONU	- Organização das Nações Unidas
OSCIP	- Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
P&D	- Pesquisa e Desenvolvimento
PIB	- Produto Interno Bruto
PIC	- Programa Infra-estrutura do Canadá
PLQ	- Partido Liberal do Quebec
PMEs	- Pequenas e Médias Empresas
POF	- Pesquisa de Orçamentos Familiares
PPP	- Parcerias Público-Privadas
PQ	- Partido Quebequense
Prodart	- Programa de Desenvolvimento do Artesanato
Pronac	- Programa Nacional de Cultura
PUC/RJ	- Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
RCAAQ	- <i>Regroupement des Centres D'Artistes Autogérés du Québec</i>
Seac	- Secretaria de Assuntos Culturais
SPHAN	- Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
Uda	- União dos Artistas
Ufal	- Universidade Federal de Alagoas
UFMG	- Universidade Federal de Minas Gerais
UFPI	- Universidade Federal do Piauí
UnB	- Universidade de Brasília
Unesco	- Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura
UQAM	- Universidade de Quebec em Montreal
US\$	- Dólares estadunidenses

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 Questões e hipótese do trabalho	22
1.2 Metodologia	22
1.3 Contextualização	25
1.4 Estrutura do trabalho	32
2 ARTE E CIÊNCIA	34
2.1 Cultura e Sistemas de informação.....	34
2.1.1 Sistema de informação artístico-cultural.....	40
2.1.2 Primeira proposição: um sistema de sínteses	44
2.2 Criação artística e institucionalização: o mundo da arte.....	45
2.2.1 Nietzsche: por um sistema bicameral de cultura	45
2.2.2 Mundo da arte: uma revisão	47
2.2.3 Segunda proposição: mundo da arte e incubadoras artístico-culturais.....	51
3 CULTURA E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	54
3.1 Sociedade informacional e economia do aprendizado.....	55
3.1.1 Os aglomerados produtivos	59
3.1.1.1 Ênfase na instituição.....	61
3.1.1.2 Ênfase na cadeia produtiva	62
3.1.1.3 Ênfase no território	65
3.1.2 Inovação.....	66
3.1.3 Financiamento e nichos de mercado.....	67
3.2 Cultura, economia do aprendizado e sociedade informacional.....	70
3.3 Terceira proposição: economia do aprendizado e incubadoras artístico-culturais	76
4 CULTURA COMO UM BEM ECONÔMICO	80
4.1 Economia da cultura e a economia clássica	80
4.2 Economia da cultura e Indústria Cultural	86
4.3 Economia da cultura diante das obras únicas e reproduzíveis	90
4.3.1 Economia da cultura diante das obras artísticas “únicas”	91
4.3.1.1 Artes plásticas	91
4.3.1.2 Artes performáticas.....	95
4.3.2 Economia da cultura diante das obras múltiplas	100
4.3.2.1 Lógicas ou modelos de organização das indústrias culturais	101
4.3.2.2 As características das indústrias culturais	107
4.3.2.2.1 Quatro funções essenciais	113
4.4 Economia da cultura e financiamento público das artes	114
4.5 Quarta proposição: economia da cultura e incubadoras artístico-culturais....	120

5 A POLÍTICA CULTURAL NO BRASIL E NO CANADÁ.....	122
5.1 A política cultural no Brasil.....	122
5.2 A política cultural no Canadá.....	133
5.2.1 Um panorama histórico do Quebec.....	133
5.2.2 Breve revisão da questão nacionalista quebequense.....	141
5.2.3 A política cultural no Canadá e no Quebec.....	148
5.3 Quinta proposição: política e diversidade cultural brasileira e canadense e incubadoras artístico-culturais.....	159
6 INCUBADORAS CULTURAIS.....	161
6.1 Incubadoras de empresas: conceitos e experiências.....	161
6.2 Incubadoras de empresas: conceitos e experiências no Brasil e Canadá.....	167
6.3 Incubadoras artístico-culturais: conceitos e experiências.....	176
6.3.1 Incubadoras artístico-culturais: a experiência dos EUA.....	1811
7 MAPEAMENTO DO CAMPO, ANÁLISE DOS DADOS E PROPOSIÇÕES.....	186
7.1 Mapeamento do campo de incubação cultural no Brasil e no Canadá.....	186
7.1.1 Brasil.....	186
7.1.2 Canadá e Quebec.....	189
7.2 O processo de incubação artística: Gênese e MAI.....	195
7.2.1 Dados gerais sobre as incubadoras artístico-culturais Gênese e MAI....	195
7.2.1.1 Descrição.....	1966
7.2.1.2 Breve histórico e missão institucional.....	1977
7.2.1.3 Principais parceiros e financiamento.....	200
7.2.2 Empresas apoiadas pela instituição.....	202
7.2.3 Processo de seleção e tempo de permanência.....	208
7.2.4 Compromissos e contrapartida das incubadoras e das incubadas.....	210
7.2.5 Fluxo e fontes de informação.....	212
7.2.6 Incubação - proximidades e distanciamentos entre Gênese e MAI.....	215
7.3 Análise comparativa a partir das proposições.....	217
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	226
REFERÊNCIAS.....	233
APÊNDICE.....	249

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho investigou as incubadoras artístico-culturais a partir da comparação de um mapeamento do campo no Brasil e no Canadá - análise complementada, em seguida, pelo detalhamento das características desse processo em duas incubadoras: a Gênesis (Rio de Janeiro/RJ, Brasil) e o *Montréal Arts Interculturels* (MAI – Montreal, Quebec/QC, Canadá) com o objetivo de uma proposição de sistema de informação artístico-cultural para essa área de incubação.

As incubadoras artístico-culturais tiveram seu início nos EUA, na transição dos anos 1980 para 1990, de acordo com o *National Business Incubation Association* (NBIA), instituição que agrega as experiências de incubação daquele país. O período se caracterizou também pelo surgimento de uma preocupação maior dos governos em estabelecer melhor sua interface junto ao campo da economia cultural; por exemplo, na produção de diagnósticos culturais para uma ação política mais efetiva. Essa discussão foi capitaneada pelo início do debate multilateral internacional em cultura, proposto pela Unesco a partir de 1982.

Normalmente associado a projetos nas áreas da tecnologia e da biotecnologia, o modelo de incubação começou a ser adaptado à área da cultura a partir do final da década de 1980, explorando a possibilidade de maior articulação entre demandas da comunidade, do artista, do mercado e do governo.

No caso brasileiro, exemplos de incubação artístico-culturais tiveram início a partir de 2002, com a criação e a incorporação de uma incubadora cultural ao núcleo de incubadoras tecnológicas existentes no Instituto Gênesis, no Rio de Janeiro. Mas o quadro ainda era incipiente: segundo o relatório *Panorama 2004*, da *Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores* (Anprotec), entidade que representa todos os setores de incubação no Brasil, das 283 incubadoras existentes no Brasil, só 2% eram, oficialmente, culturais, o que equivale a um universo de, em média, 5,66 incubadoras (Anprotec, 2005).

No caso canadense, o processo de incubação não se deu pela adaptação do modelo tradicional de incubação ao setor cultural, mas através do monitoramento do artista em instituições culturais mantidas ou subsidiadas pelo setor público. O processo de incubação é por eles considerado como uma variante da “residência artística de criação”, como se verificou no caso do Quebec, província canadense enfatizada nesse estudo¹. Dados do

¹ Dominique Jutras, diretor do Observatório de Cultura e das Comunicações do Quebec (OCCQ) em depoimento ao autor desta tese no dia 18 de junho de 2008. O financiamento artístico direto oscila entre duas instituições, o Conselho de Artes e Cultura do Quebec (Calq) e a Sociedade de Desenvolvimento das Empresas Culturais (Sodec). O primeiro mais voltado para o apoio ao artista e a segunda à empresa cultural. Não se trata de programas isolados de residência artística, mas de bolsas oferecidas direta ou indiretamente (via centros culturais, por exemplo) ao artista

Canadian Association of Business Incubation (Cabi) explicitam o fato: das suas 83 incubadoras associadas, só uma está dentro do escopo cultural (mas não propriamente “artístico”): a incubadora de moda de Toronto (Cabi, 2008).

O estágio inicial das incubadoras artístico-culturais no Brasil torna a pesquisa importante, no sentido em que a proposição de um sistema de informação possa tornar-se referência para novos estudos e ações práticas junto à área institucional da cultura. Ao mesmo tempo, pareceu-nos interessante contextualizar o estudo à luz dessa comparação entre os dois países, no sentido de apontar convergências e demarcar diferenças de ação. Além dos aspectos artísticos, a presença da questão cultural junto a uma incubadora de empresas é responsável por uma série de peculiaridades e características desse tipo de incubadora que vai diferenciá-la, de antemão, da abordagem tecnológica.

Contudo, esse mesmo estágio inicial de discussão do tema impõe maiores desafios para sua compreensão: entender o processo de incubação artística implica entender uma instituição cultural de interseções multifacetadas por envolver governo, artistas, comunidade e mercado. Por isso, demanda uma abordagem panorâmica que busca a compreensão de nosso objeto de pesquisa a partir da revisão de literatura sobre a cultura, visando à proposição de um modelo de sistema de informação artístico-cultural, em torno de três eixos.

O primeiro deles aborda a cultura como um bem *simbólico*, portadora de valores e identidade, mas contextualizada como produto do embate entre forças racionais e intuitivas que se institucionalizam em um dado “mundo da arte” e também na construção de sistemas de informação voltados para a área cultural.

O segundo inclui a possibilidade de configuração da cultura como um bem *informacional*, que embate e se transforma a partir da e na própria sociedade da informação em direção a uma economia do aprendizado. Cassiolato, Lastres e Arroio (2005), considerando a informação como um “conhecimento comunicado” (Capurro e Hjørland, 2003) que procura atender à pergunta “saber o quê?”, enquanto que o conhecimento atende ao saber “por quê, como e quem?”, preferem falar em uma *economia do aprendizado* porque sugere a idéia de algo que se dê em processo, com importante elemento do contato pessoal e da interação: “aprendizado refere-se ao desenvolvimento de novas competências e ao estabelecimento de novas capacitações e não apenas ao ‘acesso a novas informações’” (Johnson e Lundvall apud Lastres et al, 2005, p. 44). Por isso tal preocupação, aliada a uma dimensão territorial da compreensão do fenômeno econômico e sua recusa por sistemas-modelo impositivos, constitui importante ponto de partida para uma abordagem cultural junto à discussão das incubadoras desse campo.

através de uma ampla política de subvenção. Só no biênio 2006-2007, por exemplo, o Calq financiou mais de 1000 artistas e escritores quebequenses.

O terceiro, a cultura como um bem *econômico*, aponta especificidades econômicas na abordagem das obras de arte, divididas entre “únicas” - tais como artes plásticas e artes performáticas -, e reproduzíveis - tais como indústrias culturais editoriais do livro, disco e filme. A discussão ainda inclui a questão das subvenções públicas no setor.

Em função dessa abordagem panorâmica, foi importante apontar, de cada um desses três eixos, algumas premissas para a proposição de um modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais. Por isso, a abordagem inclui discussão acerca dos sistemas de informação e sua gradativa contextualização ao aspecto artístico-cultural.

Entretantes, incluiu-se ainda uma discussão da cultura em sua dimensão de política multilateral, em especial a partir do tema da diversidade cultural, um dos pontos de interseção e aproximação entre Brasil e Canadá. Foram abordadas ainda as trajetórias da política cultural de cada país, sendo enfatizada, no caso canadense, a província do Quebec.

Foram ressaltados também alguns pontos para exame direto junto às duas incubadoras estudadas a partir de uma revisão do mapeamento das incubadoras artístico-culturais. Dessa revisão, temos por exemplo que, se uma incubadora na área da cultura já é *per se* um exemplo de diversidade cultural, ela ganha outros contornos também a partir dos próprios problemas organizacionais – como, por exemplo, aqueles referentes à/ao

- i) *natureza*: se ela abriga empreendimentos culturais individuais ou coletivos;
- ii) *gênero*: se a incubadora abriga empreendimentos culturais em uma área específica - artes cênicas, por exemplo - ou se estenderá aos demais campos artísticos, como cinema, literatura, publicações etc. e
- iii) *estágio*: se a incubadora abriga empreendimentos culturais *incipientes* (risco de despender excessivo tempo com informações primárias), *médios* (risco de ansiedade no empreendimento) ou *estabelecidos* (risco de preguiça, lentidão ou desinteresse).

Tal discussão pediu outra diferenciação, estabelecida entre uma incubadora cultural (gênero) e uma incubadora artística (espécie). Como sugere Zardo (2005), a incubadora *cultural* vai trabalhar com iniciativas que utilizem a cultura como *meio*: educação, turismo, desenvolvimento social e ainda setores como moda, *design* e artesanato. Já uma incubadora *artística* – que pode ser encampada pela ação de uma incubadora cultural – trabalha o foco da produção artística como *fim*, uma concepção próxima, mas não restritiva, ao sentido filosófico kantiano, da “finalidade nela mesma”. Uma incubadora desse tipo “apóia exclusivamente atividades e empreendedores que criem *produtos artísticos inéditos*, destinados à fruição pelo público” (Zardo e Fernandes, 2005, p. 35 e 36, grifo nosso). Por

essa razão adotamos a denominação de incubadora artístico-cultural ao nos referimos àquelas instituições que reúnem ambas as características de incubação.

1.1 Questões e hipótese do trabalho

Dessa configuração artístico-cultural das incubadoras, o trabalho destacou três questões referentes ao processo de incubação artística: o que são as incubadoras artístico-culturais, como elas se caracterizam no Brasil e no Canadá e que tipo de sistematização da informação pode ser proposta a partir da contraposição internacional desse processo de incubação.

A hipótese foi a de que essa contraposição de experiências de incubação entre Brasil e Canadá resultasse na enumeração de características híbridas importantes a serem consideradas na proposição de um sistema de informação a esse setor. Acreditávamos que tais características ainda pudessem ser associadas às interfaces institucionais presentes no "mundo da arte" de uma incubadora artístico-cultural: o governo, o mercado, o artista e a comunidade.

Essa proposição híbrida, resultante da comparação entre os dois países, pôde apontar para uma seqüência de fórmulas particulares de ação (modelos de sistema) e não a uma estratégia geral de aplicação (sistema-modelo), ainda mais por se tratar do universo artístico-cultural e de um objeto incipiente de pesquisa. Convém ressaltar que dentro do escopo da ciência da informação e entre os temas relevantes para a área de Informação, cultura e sociedade, se encontre precisamente "a criação de sistemas de informação para a cultura, com dados e informações que possam subsidiar a tomada de decisão sobre as políticas culturais a serem implementadas" (Cabral, 2007, p.43).

1.2 Metodologia

O presente estudo partiu do campo da ciência da informação e, nesse domínio, foram incorporadas questões estudadas na área, em especial aquelas referentes aos sistemas de informação e à discussão sobre sociedade da informação.

Porém, como se trata um tema – e mesmo de um objeto de pesquisa – híbrido, algumas referências teóricas, bem como instrumentos metodológicos utilizados, não se limitaram ao campo da ciência da informação e incluíram outras áreas, notadamente a área da economia, e nela, em especial conceitos e teorias vinculados à economia do aprendizado e à economia da cultura.

O trabalho apresenta originalidade a partir da proposição de subsídios para a modelização de um sistema de informação em incubação artística, tendo como escopo de

fundo a incipiente discussão acerca das incubadoras artístico-culturais. O crescente interesse de governos e instituições privadas pela área econômica da cultura a partir de meados da década de 1980 tem aumentado a demanda por dados, diagnósticos, indicadores, sistemas de informação, dentre outros, junto à área, no sentido de melhor organização das ações para o desenvolvimento cultural que inclua – mas não se restrinja – à economia. Por isso é relevante que a ciência da informação possa contribuir com estudos voltados para esse campo em expansão, ação que, por sua vez, propicie também maior aproximação dos campos da ciência da informação e da cultura, outrora um pouco mais distantes (Pinheiro, Virnez, Dias, 1994 e Cobbledick, 1996).

Assim, o referencial teórico deste trabalho trouxe uma discussão sobre sistemas de informação e também o debate de alguns teóricos sobre a sociedade da informação, contextualizado em seguida para o campo da economia do aprendizado – o que incluiu o caráter informacional da cultura. A relação artística na interface com o mundo da arte também foi abordada, bem como apontamentos acerca da dimensão econômica das obras artísticas e da política cultural do Canadá e do Brasil.

Ao final de cada uma dessas revisões, alguns tópicos foram apontados para serem combinados ao exame do mapeamento das incubadoras artístico-culturais nos dois países. No caso do Canadá, esse levantamento teve que ser complementado por depoimentos colhidos junto a autoridades municipais e provinciais ligadas à cultura do Quebec. A província canadense foi enfatizada neste estudo em função de seu alto investimento em cultura – no período 1996-1997; por exemplo, o investimento *per capita* no Quebec foi de CDN\$ 133 (sem considerar o rádio e a televisão), enquanto que a média canadense foi de CDN\$ 122 (Garon, 2004) – mas também em função de contatos prévios estabelecidos em duas ocasiões de visita ao país (2003 e 2005).

No que tange às incubadoras, existe uma ampla literatura acerca do tema de maneira geral, voltada, sobretudo, aos aspectos relacionados àquelas de natureza tecnológica. Por outro lado, no campo específico da literatura em incubação cultural, não existem muitas referências, salvo dois importantes relatos de experiência – um que trata das incubadoras dos EUA e outro sobre a brasileira Gênese.

A primeira proposta de análise se debruçava na leitura comparada das diferenças entre incubadoras tecnológicas e culturais – processo descartado em virtude do próprio caráter específico da cultura e da arte e, ainda, do caráter incipiente da própria experiência das incubadoras do gênero no Brasil, superada em tempo e em número pela tecnológica. Como grande parte dos estudos trata sobre esse último tipo de incubadora, mais uma vez optou-se então por apenas incluir considerações sobre os processos gerais de incubação nos dois países para, em seguida, contextualizar a discussão na questão das incubadoras artístico-culturais.

A opção, assim, foi pela comparação não entre dois diferentes tipos de incubação, tecnológica e cultural, mas sim entre dois diferentes tipos de incubação *artística*, um no Brasil, outro no Canadá. No Brasil, o mapeamento foi feito a partir de consulta à lista de incubadoras brasileiras, bem como outros relatórios da Anprotec, além de consultas a *sites* e contatos através de e-mail e telefone para confirmação da existência de incubadoras culturais no país. No caso canadense, foi feita uma consulta junto à Cabi, e, no Quebec, uma coleta de depoimentos de autoridades ligadas à área de incubação e, principalmente, da política cultural quebequense, em níveis municipal e provincial.

Um dos nossos objetivos foi o mapeamento desses dois diferentes modos de incubação artística nos países estudados. Mais ainda, principalmente, a análise comparativa das características específicas de duas incubadoras, escolhidas a partir do mapeamento realizado, para apresentar subsídios à modelização de um sistema de informação para incubadoras artístico-culturais. Foi também considerada a presença de pelo menos algum tipo de incubação artística dentre as empresas e/ou artistas incubados. Esses, por sua vez, deveriam ser no mínimo incipientes, isto é, deveriam possuir alguma experiência artística profissional, mas que ainda não tivessem passado por nenhum processo de aperfeiçoamento, seja com vistas ao seu próprio ofício artístico ou ao mercado.

Além dos incipientes, foram considerados outros dois grupos: os semi-experientes (que já possuíam cerca de um ano e meio de experiência e estavam na incubadora para um auxílio mais profundo em algum produto/obra ou serviço artístico/cultural) e os bem estabelecidos (que já possuíam mais de três anos de experiência e estavam na incubadora para um auxílio mais pontual em algum produto/obra ou serviço cultural). Assim, incubadoras que se apresentaram apenas como locais exclusivos para formação artística foram certamente incluídas no mapeamento, mas não entre aquelas passíveis de serem selecionadas para o trabalho de campo, dada a ausência de maior experiência artística da empresa e/ou artista incubado.

Não obstante a aplicação desses critérios, a Gênesis foi escolhida por apresentar relatos de experiência e ser uma das mais antigas em funcionamento e em presença na lista da Anprotec. Fundada em 2002, a incubadora afirma ser a primeira em funcionamento no gênero em nível de América Latina. Do lado canadense, foi selecionado o *Montréal Arts Interculturels*, não só pelo programa de incubação que possui, mas também por seu caráter exclusivo. Era a única instituição que privilegiava, como critério de trabalho, o fator intercultural. Esse fator ia diretamente ao encontro de um tipo específico de produção artística: a que reflete a diversidade cultural canadense, tema que era particularmente caro à política interna e externa do país.

Uma vez selecionadas as duas incubadoras, foi feito contato junto a seus respectivos diretores, em encontros que incluíram entrevistas abertas e não-direcionadas,

além de observação temática. Os diretores também responderam a questionário produzido a partir da revisão bibliográfica existente no tema, estruturado em quatro partes. A primeira se referiu a dados gerais sobre cada instituição, como nome do representante, histórico, missão institucional, principais parceiros e estrutura organizacional. A segunda procurou delinear características de cada empresa incubada, como tipologia artística, nível de experiência e ocorrência de desistências. A terceira se referiu a aspectos organizacionais da incubadora, bem como critérios e processos seletivos. A quarta parte tratou do fluxo da informação, determinada por aquelas fontes de informação escolhidas para resolver ou minimizar dificuldades encontradas pela incubadora junto às empresas incubadas. A estruturação das fontes de informação seguiu as sugestões de Barbosa (1997) atualizadas por Silveira (2006). (ver Apêndice, f. 249)

Tais resultados foram apresentados, analisados e associados às sínteses obtidas de cada capítulo. Em seguida foram utilizados para subsidiar a proposição de modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais, complementados por sugestões para outras ações e trabalhos semelhantes.

1.3 Contextualização

A questão cultural e, nela, as dimensões artística e de diversidade, foi o ponto de partida de nossa discussão, em especial no que nos faz também comparar Brasil e Canadá.

Thompson (1995) revê a trajetória conceitual da cultura, explicando que uma primeira concepção vê a cultura como incremento espiritual e intelectual. Mas, ao recorrer à antropologia, discute uma noção descritiva e outra simbólica. Na primeira, cultura emerge como conjunto inter-relacionado de crenças, costumes, formas de conhecimento, arte etc., adquiridos pelos indivíduos “enquanto membros de uma sociedade particular e que podem ser estudados cientificamente. Estas crenças, costumes, formam um todo complexo que é característico de uma determinada sociedade, diferenciando essa sociedade de outros lugares e épocas diferentes” (Thompson, 1995, p. 171, 172). Na concepção simbólica, cultura é o “nome de uma ordem ou classe distinta de fenômenos, a saber, aqueles eventos ou coisas que dependem de um exercício de uma habilidade mental, peculiar às espécies humanas, que denominamos simbolização” (Thompson, 1995, p. 175).

Thompson vê algumas limitações na concepção simbólica e então propõe uma quarta concepção, a estrutural. Segundo Thompson a concepção simbólica falha ao não dar atenção necessária aos problemas de poder e conflito e por isso busca o entendimento dos contextos sociais *estruturados* dentro dos quais os fenômenos culturais são produzidos, transmitidos e recebidos.

Geertz (1978) pede que as ciências que estudam as culturas sejam entendidas não como ciências experimentais em busca de leis, mas como ciências interpretativas, que busquem o significado. O pesquisador dessa área irá deparar-se diante de uma “multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplicitas, e que ele tem, de alguma maneira, primeiro apreender e depois apresentar.” (Geertz, 1978, p. 20). Em sintonia com esse postulado, Ana Cardoso (1994) defende que o cenário de ação seja ainda marcado por um triplo viés: o da *historicidade* (interação de produção de sentidos que transcende no tempo), *totalidade* (fenômenos sociais não podem ser vistos isoladamente) e *tensionalidade* (detectar como se relacionam e negociam as identidades, valores e idéias de grupos sociais em um dado espaço e tempo).

História, complexidade e tensão reaparecem na análise de Bosi (1996) sobre a etimologia de *cultura*, na qual está presente o verbo latino *colo* - também encontrado nas palavras *culto* e *colonização*. *Colo* é, em todos os casos, a idéia de “morar, ocupar, explorar a terra”, mas, a partir dele, a idéia de *culto* remete ao passado, enquanto que a de *colonização* ao imediato, e a de *cultura* ao futuro. O *cultus* sugere um campo trabalhado, lavrado e plantado por gerações. “Junta a denotação de trabalho sistemático à qualidade obtida e funde-se com esta no sentimento de quem fala. *Cultus* é sinal de que a sociedade que produziu seu alimento já tem memória (...) processo e produto convivem no mesmo signo” (Bosi, 1996, p. 13). Não por acaso o termo é empregado, lembra Bosi, tanto na idéia de culto à terra como também no culto aos mortos, “o ser humano preso à terra e nela abrindo covas que o alimentam vivo e abrigam mortos” (Bosi, 1996, p. 14). A palavra *culto* está relacionada não só ao passado, mas também às lembranças e à memória que vêm com ele.

Colonização, de onde advém a palavra *colonus*, se caracteriza por evidenciar aquele que cultiva uma propriedade rural não sendo seu dono, incluindo a própria idéia de feitoria. Traduz a idéia de cuidar da e mandar na terra. “É uma tentativa de retomar, sob novas condições, o domínio sobre a natureza e o semelhante que tem acompanhado universalmente o chamado processo civilizatório” (Bosi, 1996, p. 13). Nesse poder imediato e forte da colonização pode-se verificar a associação de *colo* ao sufixo *urus*, que sugere a idéia do porvir: planos para o futuro, dimensão de projetos. É precisamente essa a idéia de *cultura*: o que se vai trabalhar, o que se quer cultivar. “Cultura é o conjunto de práticas, técnicas, símbolos e valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social. A educação é o momento institucional marcado do processo” (Bosi, 1996, p. 16). Tal dimensão de projeto do termo *cultura* está implícita no mito de Prometeu, através do qual o autor articula as três acepções:

O vetor moderno do titanismo, manifesto nas teorias de evolução social, prolonga as certezas dos ilustrados e prefere conceituar cultura em oposição à natureza, gerando uma visão egoística da história como progresso de técnicas e desenvolvimento das forças produtivas. Cultura aproxima-se então de *colo*, enquanto trabalho, e distancia-se, às vezes polemicamente, de *cultus*. O presente se torna mola, instrumento, potencialidade do futuro. Acentua-se a função da produtividade que requer um domínio sistemático do homem sobre a matéria e sobre outros homens. Aculturar um povo se traduziria, afinal, em sujeitá-lo, ou, no melhor dos casos, adaptá-lo tecnologicamente a um certo padrão tido como superior. Em certos regimes industrial-militares essa relação se desnuda sem pudores. Produzir é controlar o trabalhador e o consumidor, eventualmente cidadãos. Economia já é política em estado bruto. Saber é poder, na equação crua de Francis Bacon (BOSI, 1996, p. 16-17).

Assim, na raiz da cultura está também o apreço ao passado e o risco da dominação. Essas três dimensões – culto, colonização e cultura – são importantes para caracterizar a ação e mesmo a política cultural. Afinal, uma iniciativa cultural, seja ela de que ordem for, considera e integra ao seu porvir, à sua cultura, o próprio passado (seu patrimônio tangível e intangível) e aspectos de sua colonização (no caso contemporâneo, muitas vezes proveniente da relação com uma indústria cultural e de uma sociedade informacional que, hoje, se globalizou).

Mas é para o presente que todas essas forças confluem: as que controlam o passado e as que planejam o futuro. Perceber a cultura, portanto, não é perceber uma linha sucessiva de acontecimentos – um passado estancado, um futuro impossível –, mas, paradoxalmente, tomá-los como um instante, como na solene advertência de Benjamin (1994c) ao alertar que se o inimigo vencer, mesmo os mortos estarão em perigo. Destarte, pensar a cultura é pensar as dimensões do passado e do futuro no tempo presente, com seus desafios e imposições.

Dentre os desafios impostos à cultura está a questão da proteção e da promoção à diversidade de suas práticas. Compreender a diversidade cultural², segundo Brandão (2005) não deve partir de uma perspectiva da parte sobre o todo ou vice-versa, mas deve ser entendida à luz do *dialogismo* entre as partes e o todo, tornando-se, assim, uma tarefa complexa³.

² De acordo com a Convenção da Unesco sobre a proteção e a promoção da diversidade cultural, esta refere-se “à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades”. (Unesco, 2005)

³ Brandão defende que um entendimento complexo da diversidade sob a esfera do dialogismo deve ser compreendido em três tipos: i) *alológica*, ii) *heterológica* e iii) *antilogica*. A primeira compreende a diversidade como o diversificado, o variado, presente nas concepções contemporâneas de cultura e ecologia: quanto mais as culturas forem diversificadas, puderem conviver harmonicamente e mais variadas forem, mais ricas elas serão. A segunda acepção se expressa como o diferente no sentido do que difere, dissipa, divide. “O diferente se separa do variado na medida em que nos afeta – isto é, não constitui apenas o inverso de nós, não é só dessemelhante em vista do que somos, mas põe em xeque nossas convicções ou o envelopamento sob o qual construímos nossas certezas” (Brandão, 2005, p. 9, 10). Na terceira acepção, a antilogia, o diverso se exprime como discordante: “à primeira vista, nossa reação tende a ser de repulsa com relação a essa manifestação da diversidade, mas é nessa esfera que reside o desafio de lidar com a mesma, pois se trata, em resumo, daquilo que não se logra cercar ou, mais exatamente, que recusa o envelopamento (...). O conflito pode assumir duas formas básicas. A primeira, mais amena, consiste na ridicularização do divergente. A segunda tem impactos maiores, pois tende a eliminar, pela força, o que diverge, em

Durante muito tempo as soluções simples eram ricas, quando comparadas a problemas complicados; mas hoje, uma solução simples pode tornar-se menor diante de um problema complexo (Prigogine e Stengers, 1993). Aspecto reiterado por Barros: “o pensamento complexo propõe um outro modo de utilizar a lógica na busca da compreensão da realidade, entendida como conjunto de realidades dialógicas ou polilógicas entrelaçadas” (Barros, 2008, p. 16) e ainda Weber, quando propôs que “pensar a complexidade não requer a elaboração de instrumentos cada vez mais complexos, mas antes a colocação de quadros de análise simples, que podem ser partilhados e utilizados de múltiplas maneiras” (Weber apud Bourdin, 2001, p. 23).

A diversidade cultural, no plano internacional mais amplo, tem a Unesco como o grande órgão responsável pelo tema. O primeiro sinal, nesse sentido, aconteceu quando a instituição reassume seu papel central e seu mandato como organismo internacional responsável pelas questões culturais, reiterando pressupostos já estabelecidos em 1982, quando ocorreu, no México, a *Mondiacult*: Conferência Mundial sobre Políticas Culturais (Botelho, 2005)

O procedimento adotado para elaboração de uma nova convenção sobre diversidade cultural seguiu as normas adotadas pela Unesco. A primeira etapa (realizada cerca de cinco anos antes da convenção) convidou especialistas encarregados de discutir o escopo do futuro instrumento na Comissão Mundial para a Cultura e o Desenvolvimento (CMCD), chefiada pelo peruano Javier Pérez de Cuellar e que tinha, entre seus integrantes, o brasileiro Celso Furtado. A CMCD elaborou a primeira versão do texto, chamado de *Nossa diversidade criativa*. No segundo momento, os Estados membros foram convidados a debater o anteprojeto proposto, bem como a encaminhar, por escrito, seus comentários ao secretariado geral. (Botelho, 2005, p.1).

Esse primeiro relatório da CMCD pedia maior aprofundamento entre a relação entre a cultura e o desenvolvimento de maneira prática e construtiva, sem abandonar o viés econômico, mas extrapolando-o. O objetivo mais importante da CMCD foi criar um mecanismo permanente para investigar e esclarecer algumas questões-chave da cultura e do desenvolvimento.

Contudo, apesar de muitas estatísticas culturais presentes no documento preparatório da convenção apontarem uma espécie de “índice do desenvolvimento cultural dos países ricos”, na crítica de Goldstone (2003), a CMCD parte de um conceito de cultura amplo, entendido como “maneiras de viver juntas” e reitera que o desenvolvimento cultural não pode ser só crescimento econômico, porque pode-se acabar por instrumentalizar a cultura. “As dimensões culturais da vida humana são possivelmente mais essenciais que o

nome de ideais inatacáveis como a civilização, a religião, a verdade e a liberdade. (...) Assim, na alogia, verifica-se a operação de uma *inversão*; na heterologia, a *reversão* e, na antilogia, a *conversão*” (Brandão, 2005, p. 13-15).

crescimento econômico (...) A cultura tem que entrar em cena de forma mais fundamental - não a serviço de alguns fins, mas sim como a *base social* desses próprios fins.” (Pérez de Cuellar et al., 1996:11. Grifos nossos)

A discussão sobre a eventual adoção de um acordo internacional começou a ganhar força na agenda internacional em 2000. O assunto apareceu de forma explícita nos documentos finais da reunião ministerial anual da Rede Internacional sobre Política Cultural (RIPC ou *International Network for Cultural Diversity*), liderada pelo Canadá e formada por cerca de 63 ministros da cultura de todo o mundo. (Botelho, 2005)

A preocupação com a questão das minorias e da diversidade cultural tem sido relevante no Canadá e também nos EUA desde a década de 1960, quando os movimentos políticos a favor da integração racial levaram à promulgação de leis, visando à igualdade de oportunidades de educação e ao emprego para todos (Fleury, 2000). No Canadá, o *Employment Equity Act* e o *Federal Contractors Program*, promulgados em 1986, foram delineados nos moldes da *Affirmative Action* estadunidense. Tais leis ampliavam o espaço das minorias, não somente aumentando e melhorando a representação numérica, por meio do sistema de cotas nas empresas, mas também promovendo relações mais equitativas e justas de emprego. Além disso, “desde 1971 o Canadá tornou-se o primeiro país do mundo a adotar oficialmente uma política de multiculturalismo.” (Rishchynski, 2008, p. 52). Nesse ano, aproximadamente um terço da população do país era de origem não anglófona ou francófona (Winks, 1982, p. 71), resultado de um histórico de imigração que remontava ao século XIX e se ampliava após a IIª Guerra (Shannon e Regenstreif, 1982; Winks, 1982; Rishchynski, 2008).

O Canadá foi um dos primeiros países a trabalhar internamente a diversidade cultural e apoiou a dimensão internacional do debate promovido pela Unesco a partir do relatório da CMCD. Liderou a idéia da diversidade cultural como condição *sine qua non* para o estabelecimento de rodadas de negociação acerca da cultura junto à Alca, ganhando força a partir de 1990, quando o Canadá se aliou a outros países como Brasil e França pela aprovação da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade Cultural “porque nós entendíamos que um instrumento internacional era indispensável para proteger a liberdade e a mão-de-obra do espaço político de nossos países para enfrentar o domínio ou a hegemonia de uma cultura ou outra, agora ou no futuro” (Rishchynski, 2008, p. 60).

Essa postura foi reafirmada, em especial, durante o Encontro Internacional de Montreal, em setembro de 2001. Contrapondo-se à proposta estadunidense, por exemplo, o Canadá defendeu que as negociações em torno do tema cultural na Alca só podiam efetivar-se após consenso internacional no que dizia respeito às questões relacionadas à cultura a partir da construção de um Instrumento Internacional em Diversidade Cultural, aspecto reiterado por outras organizações internacionais. Durante o Encontro, era notório

que, apesar dos dois países norte-americanos serem o berço da discussão sobre diversidade cultural, seus governos divergiam no que dizia respeito a uma postura internacional sobre o tema. O encontro montrealense chamou a atenção para o fato de que desde a rodada do Uruguai (1994), pelo menos a cultura audiovisual já era colocada na mesa de negociação de fóruns econômicos internacionais, como a Organização Mundial de Comércio ou a Alca, não importando os avanços sobre diversidade cultural.

Ao insistir que a cultura deve ser posta na mesa de negociação, os Estados Unidos estão apenas agindo para proteger seus próprios interesses econômicos – não há nada de novo nisso (...) tal argumento permite aos Estados Unidos exigir que os produtos culturais sejam sujeitos às mesmas regulações aplicadas em outros produtos para assim expandir o acesso de sua indústria de entretenimento ao mercado estrangeiro (...) Pode-se dizer que é extremamente legítimo que os EUA defendam seus interesses. Certamente. Mas é igualmente legítimo, para uma ampla maioria de países que também querem defender seus interesses, promover uma idéia diferente do papel de bens e serviços culturais na sociedade, exigindo o seu direito em ser reconhecido e em estabelecer políticas que promovam a diversidade da expressão cultural, em seus próprios termos e por todo o mundo [tradução nossa] (CURZI, STODDART e PILON, 2001)

A idéia do acordo foi gradativamente avançando e, em setembro de 2004, teve início o processo de negociação intergovernamental com vistas à elaboração e à adoção, pela 33ª Conferência Geral da Unesco, em outubro de 2005, de uma Convenção Internacional para a Proteção da Diversidade dos Conteúdos Culturais e Expressões Artísticas (Botelho, 2005). Houve consenso de que “a convenção não deva abordar somente a proteção, mas também a promoção da diversidade cultural. Da mesma forma, predominou, entre as delegações, a reafirmação da natureza específica dos bens e serviços culturais, ou de sua “dupla natureza, cultural e econômica” (Botelho, 2005, p.1). Sader (2005) resume os principais pontos do documento:

Os Estados signatários da Convenção, conforme os direitos humanos universalmente reconhecidos, “afirmam seu direito soberano a adotar medidas para proteger e promover a diversidade das expressões culturais em seus respectivos territórios e reconhecem sua obrigação de protegê-la e promove-la tanto em seus territórios como no plano mundial”. (Art. 5.10). Estabelece também que os Estados podem “adotar medidas, em especial regulamentares e financeiras, para proteger a diversidade em seus respectivos territórios, especialmente quando estes se acham em perigo ou em situação de vulnerabilidade”. (Art. 6.1) Essas medidas podem consistir em um espaço para os bens e serviços culturais nacionais; para a adoção de disposições relativas ao idioma utilizado; para a garantia às indústrias culturais um acesso efetivo aos meios de produção, à difusão e à distribuição; para concessão de ajuda financeira do setor público; para a promoção do livre intercâmbio e circulação de idéias, expressões, bens e serviços culturais; e para o apoio às instituições de serviço público. Os países signatários terão como obrigação a promoção ativa da diversidade das expressões culturais e a proteção das formas vulneráveis de expressão cultural. Terão também a obrigação de sensibilizar e educar o público em relação à importância da diversidade cultural (SADER, 2005, p.2).

Assim, do ponto de vista da política cultural, talvez a aliança entre Brasil e Canadá em torno da aprovação da Convenção da Diversidade Cultural seja o ponto mais evidente da aproximação entre os dois países, embora possamos apontar outros, como, por exemplo,

a economia: “O Brasil é, tradicionalmente, o maior mercado importador de produtos canadenses depois dos EUA e seu maior parceiro comercial na América do Sul: em que pesem recentes polêmicas envolvendo a indústria de aviação e de carnes, as transações comerciais entre os dois países foram da ordem de US\$ 2, 4 bilhões em 1999”. (Siqueira, 2002, p. 92).

Mas, se pelo lado comercial, o alinhamento dos dois países ante à potência estadunidense reforça o laço através de uma referência comum, por outro lado, os EUA também servem como paradigma, com relação à questão cultural (Imbert, 2005): a história do Brasil e Canadá ilustra uma trajetória que busca a proposta de identidade continental, uma “americanidade”, que se dispõe e/ou se interpõe, diante da necessidade de releitura dos tradicionais pontos de vista étnicos, lingüísticos, tradicionais e mesmo de gênero. Tanto o Brasil como o Canadá também pensam uma lógica de “americanidade”, diferente de uma lógica de “americanização” – esta associada à *american way of life* dos EUA - sobre a qual existem, em ambos os países, amplos focos de resistência – no caso canadense, mais precisamente na província de Quebec, um caso histórico de hibridismo cultural, simultaneamente colonizada pelos franceses a partir de 1534 e, depois, em 1760, pelos ingleses (Bernd 2002).

Como em vários cenários brasileiros, o espaço cultural de Quebec se massifica e se banaliza ao mesmo tempo em que ele também se enriquece e se diversifica. Létorneau defende a “reatualização” como modo capital para se entenderem os processos culturais no Quebec: o grupo canadense-francês (franceses, *criollos* e ingleses), que integra uma boa parcela da etnia do território, nunca cessou de buscar uma regeneração, uma revivificação, em um processo fascinante de metamorfose de seus modos de expressão cultural, adotando cambiantes antagonismos como centro/periferia, cultura popular/elite, local/internacional. (Létorneau, 2002). Des Rosières procura definir essa percepção

Nosso trabalho consiste em testar as identidades. Nossa identidade é plural (...) Nós somos capazes de dizer numa língua estrangeira o que na nossa língua materna já é estranho. A tentação é forte para se manipular diversas línguas (...) Sem dúvida chegamos ao fim das coincidências entre linguagem, cultura e identidade. Para nós, toda língua é matizada de estranhamento e nossa arte poética parece distanciar-se de qualquer veleidade de enraizamento. Para nós, o desenraizamento é um valor positivo: portador de modernidade, porque ele autoriza a hibridação, a heterogeneidade, a abertura ao Outro em si (DES ROSIÉRES apud KWARTEKO, 2002, p. 113).

É como se a cultura canadense tivesse adotado as idéias de Oswald de Andrade e a antropofagia modernista do Brasil, que tanto caracteriza os estudos culturais brasileiros. Tem-se uma transculturação homogeneizante, catapultada pela globalização – o movimento descrito adiante por Santos (1997) como meio técnico-científico-informacional – mas que interage com o local através desse processo de reatualização, descrito por Létorneau.

Essa conexão é precisamente o foco de análise de Samson, que lamenta as tentativas tardias e imperfeitas de compartilhar a América, uma das causas atribuídas às elites dos dois países, principalmente no início do século passado, quando queriam mais se aproximar dos modelos culturais europeus do que americanos (Samson, 2002). Basta lembrar, no caso brasileiro, a triste, porém engraçada imagem das frutas de sobremesa: a onipresença das “européias” pêras e maçãs e a divertida “briga” dos modernistas para colocar a banana na cesta (Santayana apud Poerner, 1997). Mas existiriam outras semelhanças, como a busca por um entendimento de identidade nacional que surge entre artistas dos anos 1920, tanto nas propostas da trupe modernista dos brasileiros Mário de Andrade, Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, como, do lado canadense, através do chamado *Grupo dos Sete*: Franklin Carmichael, Lawren Harris, A.Y. Jackson, Franz Johnson, Arthur Lisner, J. E. H. MacDonald e F. H. Varley (Siqueira, 2002).

O percurso desta seção mostrou como a cultura, um bem simbólico portador de identidade, teve sua polifonia de expressões protegidas e promovidas pela Convenção da Diversidade Cultural – um dos vários pontos de interseção entre Canadá e Brasil, os quais, por sua vez, foram aqui examinados a partir do viés comparado das experiências de ambos os países junto às incubadoras artístico-culturais.

1.4 Estrutura do trabalho

Os capítulos partem das imposições da cultura como um bem simbólico para avançar sobre a sua relação com a arte e a economia. São conduzidas pelo objetivo da proposição de subsídios para um sistema de informação junto às incubadoras artístico-culturais.

Assim, o capítulo 2 analisa o embate entre criação e racionalidade no mundo da arte. Por isso, iniciamos pela discussão seminal de Nietzsche (1968;1986;1992;2000 e 2001) sobre o assunto, para dar espaço às considerações de Danto (1965; 2005 e 2006) sobre o mundo da arte, bem como pela leitura crítica da sociologia, destacando-se aqui Bourdieu (2005). O capítulo destaca também a discussão acerca dos sistemas de informação e de sua aproximação ao aspecto artístico-cultural, utilizando-se das considerações, dentre outros, de Capurro (2004), Hjørland (2003), Svenonius (2000), González de Gómez (1990;1999;2001), Pinheiro, Virnez, Dias (1994); Wersig (1993) e Allen (1996).

O capítulo 3 analisa a cultura diante da sociedade da informação e, como consequência, a cultura como um bem informacional a ser considerado na organização produtiva institucional da era do aprendizado. Na primeira parte, os principais autores abordados são Roszak (1988), Postman (1994) e Santos (1997), dentre outros. A seção sobre economia do aprendizado discute a experiência do grupo de economistas vinculados à experiência da RedeSist, do Rio de Janeiro, da qual emergem Arroio, Farinelli, Saviotti,

Lundvall, dentre outros, reunidos em volumes organizados por Cassiolato e Lastres (2003 e 2005). A discussão sobre cultura em sua interface informacional inclui ainda autores como Markusen (2006), Evans (2008) e Allen (2008).

O capítulo 4 desdobra a discussão sobre as características econômicas que um bem cultural – que também se torna informacional – deva considerar na proposição de indicadores de informação para incubadoras culturais: uma obra de arte única, por exemplo, terá características distintas daquelas das obras reproduzíveis. Além disso, discutem-se os problemas e desafios ligados ao financiamento público da arte. Dentre os autores estudados estão Ménard (2004), Benhamou (2007), Tolila (2008) e outros economistas, como Abbing, Frey, Baumol, Heilbrun, reunidos por Towse (2003).

O capítulo 5 destaca as trajetórias das políticas culturais do Brasil e do Canadá a partir dos anos 1960, enfatizando o Quebec e, em todos eles, comentadores que privilegiam os principais documentos estabelecidos por essas políticas. Do lado brasileiro, destacam-se as contribuições de Miceli (1984), Poerner (1997), Cunha (2007) e Gil (2008). Do lado canadense, Stevenson (1996), Létoineau (1999), Turgeon (2003) e Garon (2004), dentre outros.

O capítulo 6 se dedica à discussão das experiências do Brasil e do Canadá em incubação, bem como conceitos, características e estado-da-arte da incubação cultural, inclusive dos EUA. Aqui foram examinados trabalhos como os de Delgado (1998), Carvalho (2000), Gerl, Milleruption e Erlewise (2000) e Zardo (2005).

O capítulo 7 destaca o mapeamento do campo da incubação cultural no Brasil e no Canadá e analisa as características de dois estudos de caso – a incubadora Gênesis (Brasil) e o MAI (Canadá) – por sua vez revistas à luz dos tópicos detidos em cada um dos capítulos anteriores.

Nas considerações finais, são apresentadas as proposições de modelo de sistema para incubadoras artístico-culturais, bem como outras possíveis sugestões deste trabalho para futuros estudos.

2. ARTE E CIÊNCIA

Mercier aponta que, em primeira aproximação, “a ciência é, por definição, objetiva, e a arte é subjetiva, mas, em um exame mais próximo, a ciência não é livre da subjetividade e nem a arte livre da objetividade”. (Mercier, 1974, p.6) Partindo dessa assertiva, o presente capítulo tem como objetivo revisar e contribuir criticamente com esse debate, a partir de duas discussões, aparentemente distantes, porém, tangenciais.

A primeira estabelece como, embora a emergência da ciência da informação seja hoje associada à sociedade da informação, seu surgimento enquanto campo de estudos remonte ao final do século XIX. Data dessa época, de acordo com Wersig (1993), o início das primeiras tentativas profissionais de se organizar a informação através das experiências da biblioteconomia e documentação. Trajetória que pode ser ainda contextualizada na produção de sistemas de informação e, posteriormente, sob a pressão de novas e cada vez mais complexas tecnologias, tornar-se “ciência da informação”. Essa trajetória foi examinada nessa primeira parte, à luz da sua relação com o campo cultural.

A segunda discussão parte de alguns aspectos da filosofia nietzscheana no que tange ao início do dilema entre criação artística e institucionalização. Ao mesmo tempo em que obteve grande aceitação junto aos círculos acadêmicos, o chamado *mundo da arte* – cujos postulados mais conhecidos encontram-se em Becker (1982) e Danto (2005) – gerou contrapontos. A crítica mais geral é a de que o mundo da arte impõe uma nova etapa à evolução da autonomia da arte, institucionalizando a relação entre seus atores de acordo com seu capital cultural (Bourdieu, 2005).

Assim, o presente capítulo possui seis seções. À primeira discussão, sobre a cultura e ciência da informação, correspondem as próximas três seções; à segunda discussão, sobre criação artística e institucionalização: o mundo da arte, correspondem as outras três. Ao final da primeira discussão, uma proposta de sistematização do trabalho foi apresentada. Ao final da segunda, destacam-se os atores institucionais cruciais do mundo da arte em sua interface junto às incubadoras artístico-culturais. Sob tal ponto de vista, o capítulo propõe que o artista, o mercado, o governo e a comunidade fossem os quatro principais pilares da compreensão e da inter-relação institucional primordiais com os quais uma incubadora artístico-cultural terá que se deparar. A seguir, portanto, a primeira discussão relacionando cultura e sistemas de informação.

2.1 Cultura e sistemas de informação

As influências das novas tecnologias nos mecanismos de organização e recuperação da informação constituem um dos principais campos de pesquisa da área dos sistemas de informação. Em termos gerais, o objetivo de organização e tratamento do conhecimento

seria permitir sua disseminação de forma concreta e democrática. Nesse sentido, pode-se dizer que a organização e a recuperação da informação sejam partes integrantes de um mesmo processo. As questões são formuladas, tendo em vista a complexa relação entre a linguagem e as operações internas do sistema e a efetivação desse processo no contato externo ao desta relação. Por isso, ao se proceder a uma análise da evolução das formas de organização do conhecimento, percebe-se que ela pode ser melhor visualizada a partir dos desenvolvimentos tecnológicos no campo (Svenonius, 2000).

Mas, ao mesmo tempo em que essa seja uma característica premente da ciência da informação, autores, como Hjørland (2003), sugerem que tal constatação também sinaliza uma crise ou, pelo menos, uma fragilidade. Afinal, indica que os avanços na organização do conhecimento derivam mais de progressos nas tecnologias de informação (TI), do que de pesquisas empreendidas dentro do campo da ciência da informação.

Wersig (1993) também parte dessa leitura da trajetória da ciência da informação para chegar à mesma crítica de Hjørland: novas tecnologias surgem, podem ser facilmente adaptadas e acabam como novas promessas no campo de informação. “Mas são soluções que apenas constituem campos de reflexões ou experiências práticas, mas nunca ciência no sentido tradicional – senão teríamos uma ciência da câmera ou do telefone [tradução nossa]”. (Wersig, 1993, p. 230)

Roanet (2002) complementa a crítica, ao apontar que a necessidade de reflexão surge para transformar a informação em conhecimento. Para o filósofo, a dissimulação básica está em tratar informação e conhecimento como se fossem sinônimos, o que implica redefinir sociedade do conhecimento como sociedade de informação – postulado crítico também defendido por Roszak (1988) e Breen (1997), dentre outros. Por outro lado, admite que “a aquisição e transmissão do conhecimento, hoje em dia, são inconcebíveis sem as novas tecnologias de informação e comunicação. Em suma, sem informação não há sociedade de conhecimento” (Roanet, 2002, p.14).

Entretanto, Svenonius (2000) aponta como que, na verdade, os diversos sistemas utilizados para organizar a informação, além da esfera técnica, também estejam relacionados a certos fundamentos intelectuais. Ela entende que, nessa trajetória que aparentemente privilegia a TI, devem ser considerados, para a análise da organização e da recuperação da informação, problemas-chave que estejam relacionados a três fatores: *ideologia* do sistema (como as propostas ou objetivos a serem alcançados e ainda seus princípios/diretrizes vão conduzir o design do sistema), formalização dos *processos envolvidos na organização da informação* (como as conceitualizações da lingüística e modelos de entidade-atributo-relação) e o *conhecimento obtido via pesquisas* (especialmente naquele expresso na forma de generalizações de alto nível sobre o design e ainda sobre o uso da organização do sistema).

Não é por acaso que esses três fatores emergem em meados do século XIX. À medida que a produção de informações se expandia, a necessidade de organizá-las tornava-se mais urgente. Wersig (1993) assinala que exatamente por essa época teve início a explosão informacional, a partir de uma ruptura no processo de personalização do conhecimento.

Se nos primeiros séculos pós-Gutenberg (...) a imprensa permitiu que cada vez mais pessoas pudessem escrever e apresentar seu conhecimento para outras pessoas – não por acaso os cafés eram locais de apresentação do conhecimento científico – o quadro muda na segunda metade do século XIX, quando rotativas e tipografias mecanizadas, por exemplo, introduzem um processo não-oral de transferência do conhecimento que, assim, tornava-se cada vez mais transmitido sem a interferência humana [tradução nossa] (WERSIG, 1993, p. 231).

Vê-se portanto que a necessidade de maior organização da informação coincide com esse processo de despersonalização do conhecimento e, claro, com os avanços técnicos e tecnológicos propiciados pela segunda fase da revolução industrial. O autor também reitera que, embora essa “avalanche de informação” possa ser verificada como uma preocupação já no século XIX, não foi ela, por si só, que conduziu ao surgimento da biblioteconomia e da documentação, mas deve ser analisada a partir do impacto que produziu na mudança do papel do conhecimento para indivíduos, organizações e culturas. Desde então,

o universo do conhecimento tem se desintegrado por várias razões. Uma delas é seu imenso volume, o que torna impossível para alguém apreender todo o conhecimento disponível (e já conhecíamos o problema desde 1890!). Outra razão tem a ver com o que Weber chama de autonomização de áreas de ação, ou seja, diferentes campos de ação desenvolvem diferentes padrões para si próprios, tornando-se autônomos contra si. Uma terceira razão é o que Talcott Parsons chama de sistemas finais, como ideologias ou religiões, conduzindo à situação de pluralismo de pensamentos e imagens universais. Tudo isso sem falar na vida cotidiana, que se tornou igualmente fragmentada: pertencemos a diferentes grupos, viajamos para lugares diferentes, temos diferentes *hobbies* e por aí vai. É o que Nora e Minc chamam de *sociedade polimorfa*: dependemos do conhecimento de campos diferentes e tentamos nos situar nos fragmentos oferecidos pelas indústrias de cultura e conhecimento [grifo e tradução nossos] (WERSIG, 1993, p. 232).

Do ponto de vista da indexação e da classificação manual, os princípios de organização e catalogação em bibliotecas são bastante antigos. Pode-se dizer que uma das primeiras iniciativas para a organização da informação tenha sido a ordenação alfabética, na antiguidade. Assim, apesar de relatos de alguma forma de organização sistemática da informação ser praticada desde 2000 a. C., bem como uma prática de catalogação surgir já na Idade Média, Svenonius (2000) ressalta que o início da profissionalização na área da organização da informação na história moderna seja atribuído a Anthony Panizzi que, em meados do século XIX, apresentou um plano para organizar livros na biblioteca britânica.

Contudo, segundo Hjørland (2003), os principais fundadores foram Charles A. Cutter (1837-1903), Melvin Dewey (1851-1931), Henry E. Bliss (1870-1955) e S. R. Ranganathan (1892-1972). O ano de 1876 tornou-se uma referência: foi quando Cutter publicou seu

Library Catalogues e Melvin Dewey apresentou, pela primeira vez, o seu sistema de classificação decimal (*Dewey Decimal Classification* - DDC). Por essa época também surgem as primeiras escolas de biblioteconomia e, logo após o DDC, surgem a LCC (*Library of Congress Classification*); a UDC (*Universal Decimal Classification*); os LCSH (*Library of Congress Subject Headings*) e as AACR (*Anglo American Cataloguing Rules*).

Svenonius destaca Cutter por seu pensamento sistêmico. Cutter reconheceu a importância do estabelecimento de objetivos formais para um catálogo e também a necessidade de identificar formas para se chegar a esses objetivos e princípios - os quais, por sua vez, pudessem guiar a escolha dos meios quando alternativas estivessem disponíveis. Aqui, a autora estabelece um paralelo das idéias de Cutter à teoria dos sistemas, de Bertalanffy, que, na década de 1950, traçou uma tentativa de oposição à intensa fragmentação do conhecimento. O autor buscava uma visão holística que trouxesse como convicção a idéia de que leis e princípios gerais perpassassem todos os fenômenos – daí precisamente a idéia de uma análise sistêmica, a qual, em sua forma mais geral, é a análise de um objeto de estudo visto como um sistema cujas variadas partes sejam integradas em um todo corrente para o alcance de certos objetivos. Em ambos, Svenonius vê a presença, na técnica, de uma filosofia sistêmica.

De uma forma ou de outra, o objetivo final de uma análise sistêmica é determinar e validar a prática. Uma prática improvisada, não racionalizada com vistas ao todo é ineficaz, ineficiente e não-sistemática. Por isso, um particular elemento da prática pode ser visto como parte do sistema e como tal, de que maneira pode contribuir para atender a um ou mais objetivos do sistema [tradução nossa] (SVENONIUS, 2000, p.4).

Svenonius defende que quatro objetivos tradicionais – encontrar, identificar, selecionar e obter – embora reformulados ao longo dos anos, não sejam suficientes como objetivos bibliográficos. Inspirada por um autor de meados do século XIX, Pierce Butler – que afirmou ser a bibliografia “o meio pelo qual o homem civilizado navega pelo universo bibliográfico” – a autora retira dessa frase seu quinto objetivo: navegar. O que serve como crítica sutil da autora à idéia de *brownsing*: uma descoberta “por acaso”, de um livro em uma biblioteca, não é exatamente “por acaso”. Afinal, os livros, nas prateleiras de uma biblioteca, não estão organizados de forma aleatória, mas seguem um rigoroso sistema e funcionam como uma mão invisível que guia o usuário até o encontro – “por acaso” – com a obra desejada (Svenonius, 2000).

Hjorland (2003) aponta que a documentação tenha-se desenvolvido a partir de 1885 e seus fundadores foram Paul Otlet e Henri Lafontaine. O *American Documentation Institute* foi fundado em 1937 (em 1968 passou a se chamar *American Society for Information Science*). Segundo Hjorland, é difícil estabelecer a diferença entre documentação e biblioteconomia, mas pode-se dizer que a documentação parece se interessar mais pelo controle bibliográfico e promover uma aproximação maior com o assunto.

De todas as influências positivistas, Svenonius (2000) destaca a ascensão definitiva da biblioteconomia ao status de ciência a partir de 1930 e, não por acaso, no berço do positivismo nos EUA: Chicago. Também lembra que, no início dos anos 1920, houvesse uma ênfase ao princípio de *verificabilidade*: uma proposição, para ter sentido, deve ser capaz de verificação. Tal proposição, para ser verificada, deve ter conceitos que possam ser operacionalizados - o que significa ser interpretados como variáveis e definidos de uma forma que admita a quantificação.

O binômio precisão-revocação (*precision-recall*) consistia exatamente em um exemplo, no limiar da organização da informação, sobre como verificar soluções através de uma definição construtiva ou operacional. Criado por Cyrill Cleverdon em meados da década de 1950, o binônimo queria medir o grau de relevância documental de um sistema de recuperação da informação (precisão), seguida pela verificação da mensuração do grau [de pertinência] em que seriam entregues todos os documentos [relevantes] revocados (*recall*).

A definição de conceitos operacionais possibilita o avanço de uma disciplina. Quantificar a recuperação da informação em termos de variáveis como “precisão” e “recall” (exemplo de Cyrill) possibilita estabelecer proposições sobre o impacto de vários fatores, como a especificidade e profundidade da indexação na recuperação da informação. Tais proposições são científicas no sentido em que representam generalizações de alto nível sobre os objetos de estudo. O que dá a elas função explanatória: se verificadas, assumem o caráter de leis; se em processo de verificação, assumem o caráter de hipóteses [tradução nossa] (SVENONIUS, 2000, p. 4-5).

Organizar a informação é diferente de organizar qualquer outra coisa porque há, primeiramente, estas duas entidades: as obras e os documentos que as possuem. Trazer junto toda a informação é, primeiro, determinar as categorias de pertencimento de cada obra e, depois, suas diferenças.

Svenonius também destaca um dos núcleos conceituais, concebido em 1955, por Ranganathan: o binômio *thought (work, ou seja a expressão da obra) x embodied thought (document, sua manifestação em algum tipo de suporte)*. Após discorrer sobre várias abordagens conceituais de termos como informação e documento, afirma que “informação é um abstrato, mas os documentos que a possui são incorporados em algum meio, como papel, tela, pedra, vidro, disquete ou *chip*” (Svenonius, 2000, p. 8) – uma concepção que muito se aproxima da idéia da informação como artefato (Fernandes, 2004; González de Gómez, 2000):

Aquilo que se busca, organiza, armazena, disponibiliza e circula hoje sob o termo informação não é algo disponível na natureza, mas um produto *intencionalmente constituído* (González de Gómez, 2000). O código genético existente em uma célula, por exemplo, quando mencionado pelo termo informação, remete-se a um fenômeno diferente do e incomparável ao catálogo de um museu, estando, portanto, fora do campo de investigações da ciência da informação, uma ciência social. Mas se o código genético está descartado de

nosso conceito, por outro lado, “o conhecimento específico, ou sua descodificação pela genética e colocação ao dispor dos geneticistas em um suporte – documento – afim de um uso imediato ou futuro em alterações ou reconstituições, configura um artefato informacional”. (Fernandes, 2004, p. 260)

Fernandes (2004) aponta que os artefatos informacionais sejam objetos simbólicos, no sentido de que sobre eles exista uma partilha de significações mesmo não sendo, em geral, homogêneas e, por vezes, mesmo antagônicas. Quer dizer, uma lista com índices de inflação para um país, num dado período, é algo compreensível e partilhado como informação pelos concidadãos, muito embora se possa discordar acerca de se estão, ou qual deles está, medindo melhor as perdas de poder aquisitivo e mesmo que alguns acreditem que todos sejam manipulados. A informação é produto social e se dá no social.

González de Gómez (1990) subdivide, no contexto das ações de informação, artefatos (material) e dispositivos informacionais (intencional) que delimitam a fronteira entre o que pode e o que não pode ser previamente aceito como sendo informação, que estipula qual é o caso em que a informação seja o caso. (Grifo da autora). Para Fernandes, o uso do termo artefato parece abrigar ambos os aspectos, na medida em que artefato designa um objeto intencional, constituído a partir de relações das práticas, discursivas e cristalizadas em objetos técnicos. Devem ainda ser considerados: seleção e entendimento diversos; a pluralidade de ordenações e a expectativa de disponibilização.

Nesse sentido, Hjørland (2003) aponta um conflito pragmático entre os termos informação e documento quando fala sobre o impacto do armazenamento e da recuperação de informação por computadores: o surgimento dessas máquinas, defende o autor, fez com que a organização da informação e, por conseguinte, a ciência da informação, fossem fortemente influenciadas pelas novas tecnologias, além de adotarem o termo informação em substituição ao termo documentação em diversas instituições e na própria denominação da área. Observa-se ainda nesse estágio uma tendência à automatização total dos procedimentos de organização da informação, eliminando a presença humana, mas, a importância dos sistemas de informação. “Afinal, eles são organizados para pessoas e todos os sistemas de informação têm uma política interna e objetivos mais ou menos explícitos. A análise da informação deve também conter uma reflexão sobre o papel social dos sistemas de informação” (Hjørland, 2003). Para o autor, o desafio para a ciência da informação deve ser abrir sua perspectiva

para os impactos sociais e culturais dos processos de interpretação, levando-se em conta as diferenças qualitativas entre contextos e meios distintos. Isso significa a inclusão do processo de interpretação como condição essencial dos processos de informação. A tarefa de interpretação é essencialmente multidisciplinar e interdisciplinar. Construir redes é basicamente um processo interpretativo. Construir uma rede científica como uma atividade auto-reflexiva pressupõe a tarefa de clarificar alguns aspectos (HJORLAND, 2003).

González de Gómez (1990) defende que tal sistema resulte de ação intencional, planejada sobre um processo de comunicação de conhecimentos que normalmente lhe preceda. Sua intervenção realiza-se como antecipação modelizadora do que seria um fluxo desejável de informação entre os dois pólos de geradores e usuários, o qual se procura otimizar por meio do controle sistêmico de diferentes variáveis do processo (geração, coleta, armanezagem, organização, representação, recuperação, disseminação). Para Gonzalez de Gómez, a intervenção tecno-administrativa de um agente no processo comunicacional-cognitivo-decisional de outros agentes estaria assentada numa estrutura recíproca de reconhecimento de “valor informacional”, constituindo valor consensual que legitima e serve de “solo” às trocas entre o usuário e o sistema.

2.1.1 Sistema de informação artístico-cultural

Conforme visto, um sistema de informação é definido não só pelo criador do sistema, mas se estabelece através de uma relação com o usuário, com o meio que os cerque e com o próprio acervo de que tal unidade de informação disponha. Com isso queremos reforçar que o modelo de sistema de informação para o campo cultural vá-se esforçar para não cair em um embasamento behaviorista-comportamental, que fornece um perfil vago, pra não dizer equivocado, do cenário.

Assim, resguardadas ainda as possíveis intervenções instrumentais de procedimentos tecnológicos, que se podem considerar secundários – não necessariamente em importância, mas na construção de um processo de implantação de um sistema – a estrutura ampla de sistema de informação, conforme o aqui proposto, deve refletir o modo de ver e pensar o mundo do seu organizador.

Por isso a configuração esquemática de um sistema como esse para o universo cultural não pode antever um modelo de equilíbrio prévio, mas de constante adequação a desequilíbrios contínuos, provocados exatamente pelas múltiplas interpretações, leituras e as conseqüentes intertextualidades que podem incorrer. Uma forma de abordagem que “contribui para a definição da missão institucional da unidade de informação, ou, em outras palavras, a que tipos de necessidade de informação de seu público-alvo ela se propõe a atender” (Aguiar, 1991).

Poderíamos ilustrar tal contraposição com a relação entre o que chamamos de *sistemas-modelo* (partes integradas que se ajustem a um modelo teórico) e *modelos de sistema* (um construto abstrato capaz de fornecer soluções para problemas propostos a partir de procedimentos internos ou externos integrados por uma abordagem diversificada). Tal visão pode ser resumida no quadro exposto a seguir:

Quadro 01 – Contraposição entre Sistemas-Modelo e Modelos de Sistema

SISTEMAS-MODELO	MODELOS DE SISTEMA
Paradigmático	Sintagmático (abordagem sistêmica)
Visa ao genérico	Visa ao particular
Isolado	Aberto
Procura modos de compreensão e/ou entendimento do mundo que possam refleti-lo	Procura modos de apreensão do mundo, a partir da reflexão em diversos campos
Almeja a descoberta	Considera seu caráter inventivo
Busca a classificação de um conjunto de coisas	Busca as modalidades p/ descrição de uma coisa
Busca soluções simples	Considera a complexidade
Tende a cair no reducionismo	Tende a desconsiderar limites
Tende ao controle	Tende à autonomia
Ordem x Desordem	Ordem e Desordem
Alcance global	Alcance local

Fonte: Teixeira, 1999.

A interlocução dessas noções de modelo de sistema proposta neste trabalho e suas categorias não só se aplicam de maneira mais adequada ao estudo de grupos culturais, especialmente aqueles existentes em determinado local geográfico (como é o caso proposto por esta tese), mas também devam interagir de maneira plena com os mesmos, para que essa interação possa determinar os esquemas representativos do sistema. Uma abordagem sistêmica deve considerar a complexidade das situações apresentadas, para que o(s) modelo(s) proposto(s) para cada uma delas possam descrevê-las e absorvê-las da melhor maneira possível.

Também é necessário considerar o aspecto inventivo do sistema, isto é, não se trata de algo que reflita a natureza, mas uma intervenção humana sobre ela – o que reforça o seu caráter projetivo e a necessidade de uma interação plena, mas também de um alcance local, facilitando considerações sobre o(s) modelo(s) proposto(s) e sugerindo que, no caso de uma ação da ciência da informação sobre o campo artístico-cultural, os modelos de sistema possam surgir como configuração mais adequada para a ação (Teixeira, 1999).

Afinal, ao campo cultural notadamente se atribui a categoria de diversidade, enquanto que, ao campo dos sistemas se atribui a categoria da uniformidade, homogeneidade. Destarte, um trabalho que vise à proposição de um sistema de informação para incubadoras artístico-culturais só pode estabelecer essa relação a partir das categorias estabelecidas na segunda noção: modelos de sistemas que permitam o desdobramento, a interação e uma representação mais coerente e contínua do que os sistemas-modelos, que procuram atingir a globalidade de uma dada situação cultural, evitando a sua localidade e procurando imprimir uma categoria geral a partir da

particularidade⁴.

Poderíamos citar como exemplo para modelo de sistema, os centros de informação comunitários e como sistemas-modelos os esquemas distributivos de produtos, inclusive os culturais, em escala mundial. No primeiro caso, uma relação de interação visa à interferência no próprio modelo e se caracteriza pelo poder de decisão. No segundo essa mesma interação fica restrita a esquemas gerais que se aplicam nos vários locais em que o sistema atue, apesar de considerar suas particularidades (como projetos de *marketing*), e se caracterize pelo poder de escolha.

Enquanto no primeiro caso haja uma ênfase maior nas potencialidades do que nas possibilidades, no segundo caso, essa relação se inverte claramente e as potencialidades do poder de decisão se reduzem às possibilidades do poder de escolha. Como se vê, a dualidade entre sistema-modelo e modelos de sistema acima proposta não é excludente: as noções/relações propostas se interrelacionam – o que só aumenta a responsabilidade daqueles que o propõem. Acreditamos que, em consonância com a hipótese deste trabalho, a investigação foi extremamente interessante no caso das incubadoras artístico-culturais, exatamente por se tratar de um território em que praticamente se confluem interesses relacionados à indústria, ao *marketing*, à política, à produção e à fruição cultural.

Conforme exposto anteriormente, a aplicação do termo sistemas de informação ao campo cultural passa a ser vista com maior cautela, exatamente pela influência, que o termo trazia como herança do sucesso das aplicações científicas dos sistemas-modelo de Isaac Newton (termodinâmica) e Norbert Wiener (cibernética). A ciência da informação, durante muito tempo, tentou transpor esses paradigmas para o seu campo, obtendo certo êxito no que diz respeito à sua dimensão técnica, mas quase nenhum com relação ao usuário – que deveria ser o foco principal de um sistema de informação. Autores, como Araújo (2008) criticam a adequação do usuário a um sistema modelo, processo feito *a posteriori* e que deixa de pensar o usuário como um usuário, para pensá-lo como apenas uma parte do sistema. Como também reitera Allen (1996), apesar do levantamento das necessidades dos usuários ser importante, um sistema de informação não pode restringir-se a isso.

Dervin (1986) enumera ainda algumas diferenças a partir das seguintes contraposições:

- i) o embate entre informação objetiva x informação subjetiva (o paradigma tradicional não consegue acompanhar o processo dinâmico de produção da informação);
- ii) uma visão mecanicista, passiva dos usuários contra uma visão construtivista, ativa; uma visão trans-situacional contra uma visão

⁴ Trajetória similar pode ser percebida ao descrever a insuficiência (muitas vezes porque polivalente) dos conceitos de paradigmas e matriz disciplinar de Thomas S. Kuhn e a proposição de uma releitura dos mesmos para as ciências sociais sob a ótica não de paradigmas, mas de sintagmas. Uma discussão, ampla e seminal, do processo de construção epistemológica nas ciências humanas é dada pelo trabalho de Domingues (2004), em especial a primeira parte, a qual, aliás, também problematiza o conceito de paradigma em Kuhn (DOMINGUES, 1994, p. 50, nota 01)

- situacional (sistemas modelo são vistos como algo que ultrapasse o tempo e o espaço, ao passo que deveriam ser ditados e acompanhar o movimento desses);
- iii) visão atomista contra uma visão holística (falta uma complexidade aos sistemas de informação que lhes dê maior movimento, maior capacidade de abordagem) [tradução nossa] (DERVIN e NILAN, 1986).

Durante muito tempo a influência dessas novas proposições na construção de sistemas de informação ficou restrita ao público acadêmico-científico. Só posteriormente se observou o interesse por grupos profissionais específicos, como os engenheiros, assistentes de saúde e advogados, analisados por Leckie et al. (1996).

Os autores apontam inclusive alguns fatores, relacionando os dois campos: no campo acadêmico-científico, por exemplo, a ênfase de seu trabalho estaria, *stricto sensu*, na produção do conhecimento, enquanto que a ênfase do trabalho profissional estaria na produção de serviços. Avançando nessa comparação, os autores também apontam que, no caso acadêmico-científico, um modelo mais geral pode contemplar as várias áreas de ação acadêmicas, enquanto que, no caso dos profissionais, esse modelo será definido pelas particularidades não só de cada profissão, mas também, como cenário sugerido anteriormente por Wersig (1993), dos vários papéis que o profissional desempenhe ao longo do dia – aspecto que faz com que também oscilem as suas necessidades de informação.

Barbosa (1997) sugere que o cenário profissional contemporâneo também leve ao crescimento exponencial de fontes internas e externas de informação no âmbito das organizações. “Uma das conseqüências dessa diversidade é a dificuldade em se escolher, para efeitos de seu estudo, uma classificação dessas fontes” (Barbosa, 1997, p.7). Por isso, o autor recorre a esquema proposto por Choo para as fontes de informação internas e externas, subdivididas entre *pessoais* e *impessoais*, da seguinte forma:

- i) Como fontes *internas* e *pessoais*, estariam os superiores hierárquicos, membros da diretoria; gerentes subordinados e equipe de funcionários;
- ii) Como fontes *internas* e *impessoais*, os memorandos e circulares internos; relatórios e estudos internos; biblioteca da organização e serviços de informação eletrônica.
- iii) Como fontes *externas* e *pessoais*, os clientes; concorrentes; contatos comerciais/profissionais e funcionários de órgãos governamentais
- iv) Como fontes *externas* e *impessoais*, os jornais e periódicos; publicações governamentais; rádio e televisão; associações comerciais e industriais; conferências e viagens. (CHOO apud BARBOSA, 1997, p.11)

Silveira (2006) atualiza a proposta de Barbosa a partir de Choo, acrescentando “serviços de informação eletrônica – Internet (externa)”; “serviços de informação em CD-ROMs” e, em campo independente, “outras fontes”.

Salomão assinala que, no campo da produção artístico-cultural, que nos interessa mais de perto, o profissional da informação deve ainda “compreender as relações entre os diferentes estratos que determinam a produção dos bens culturais (...) e sem descuidar do espírito crítico, encontrar ocasião para relativizar os fundamentalismos e, apropriando-se de dinâmicas próprias (...) intermediar as redes de produção de objetos e sentidos” (Salomão, 2001, p. 110), contribuindo assim, para ampliar a ocorrência de experiências no gênero (Pinheiro, Virnez, Dias, 1994 e Cobbledick, 1996). Em seu estudo sobre profissionais da área cultural em Belo Horizonte, Salomão demonstrou que para 94,3% dos entrevistados “o exercício da atividade cultural (...) requer também a apropriação de informações existentes no campo de manifestação artística” (Salomão, 2002, p. 107).

A partir dessas questões, damos início ao nosso sistema de proposições para as incubadoras artístico-culturais.

2.1.2 Primeira proposição: um sistema de sínteses

Dada a natureza incipiente do objeto de estudo e a necessidade de uma revisão panorâmica de vários de seus aspectos, optamos por estabelecer, ao final de cada capítulo, uma série de premissas pontuais a serem examinadas e organizadas para o apontamento de um modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais.

Assim, e no sentido defendido por Svenonius, as proposições aqui apresentadas não poderão ser definidas como leis, como nos sistemas-modelo, mas ainda passíveis de verificação: afinal, um dos objetivos dos modelos de sistema é precisamente o seu caráter descritivo e não, predominantemente, normativo. Ou como sugerem ainda Prigine e Stengers (1993): “Descrever um sistema, fazer dele um modelo, já não é reduzi-lo a um tipo geral após ter eliminado as singularidades; é antes tentar calcular em que condições estas singularidades poderão produzir efeitos” (Prigogine e Stengers, 1993, p. 113).

Cabe reiterar o caráter crucial da informação como algo *intencionalmente constituído*, aspecto do qual, obviamente, não poderia escapar um sistema de informação, no que complementam Geertz e Hjørland, ao mencionar a presença do processo de interpretação como condição essencial. A proposta é, portanto, estabelecer uma transparência nesse processo de construção para que, ao final, na procura dos “modos de apreensão a partir da reflexão em diversos campos”, possamos apresentar as modalidades para descrição de um modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais.

2.2 Criação artística e institucionalização: o mundo da arte

Esta segunda parte do capítulo remonta, em linhas gerais, a alguns aspectos da filosofia nietzscheana que aborda, talvez, o início do dilema entre criação e institucionalização. Em seguida faz a revisão de fontes teóricas a respeito da questão do mundo da arte, sob os vieses sociológico, antropológico e filosófico, para permitir, na última seção, uma releitura crítica dos fundamentos do mundo da arte das incubadoras artístico-culturais, na busca de um conceito e da proposta de caracterização de seus principais pilares como segunda proposição do trabalho.

2.2.1 Nietzsche: por um sistema bicameral de cultura

Nietzsche (1992) foi um dos pioneiros a trabalhar a contraposição entre a norma e a arte em seu estudo sobre a tragédia grega. O embate entre uma forma racional e intuitiva, depois associada, respectivamente, a Apolo e Dioniso, representa a primeira questão que pode ser acoplada à discussão das instituições artísticas – incubadoras culturais incluídas. Pois, nesse embate, as forças racionais, socráticas e cristãs, preferiram aproximar-se da ciência e construir um modelo instrumental de sociedade, do que da arte ou de uma *gaiá ciência*, um caminho onde se pode reapropriar o que foi negado pela tradição – reconhecendo a normatividade ao mesmo tempo em que se seja capaz de superá-la.

A arte deve assim dissimular ou reinterpretar qualquer fealdade, cada traço penoso, horrível, desgostoso, que não cessará de reaparecer apesar dos esforços, em conformidade com a origem da natureza humana (...) após esta grande, demasiado grande, tarefa da arte, o que se diz corretamente à arte, àquela das obras, é apenas um apêndice. Um homem que sinta em si uma superabundância destas virtudes de embelezamento, de ocultamento e de reinterpretação, procurará finalmente se desfazer ainda deste supérfluo de obras de arte; em certas circunstâncias, toda uma população faria do mesmo modo. Mas de comum, toma-se agora a arte pela outra extremidade, pela sua ponta, e imagina-se que a arte das obras de arte seja a verdade, que seja a partir dali que será necessário melhorar e transformar a vida que temos! Começar nossa refeição pela sobremesa e saborear doçura sobre doçura surpreenderia nosso estômago e mesmo o diminuiria para uma boa coisa sólida e nutritiva: a de ter a arte como convidada! [tradução nossa] (NIETZSCHE, 1968, p. 112-113).

É por isso que uma crítica da modernidade cultural passa pela problematização da ciência, sublinha Giacoia (2006). A ciência não se liberta da moral dominante. Não há oposição entre ciência e moral; há uma cumplicidade moral entre ciência e ascese. Se se pretende de fato uma crítica radical, é preciso que ela seja dirigida para esse laço pouco perceptível, a partir da busca da verdade. Por isso, espera-se que a oposição deva ser feita a partir da arte, em um movimento que será desdobrado por Nietzsche, como dissemos, ao longo de sua obra: primeiro entre Apolo e Dioniso, para depois se configurar entre o socratismo e o dionisíaco. “Racionalidade é o destino de toda intuição que sobrevive e intuição é a fonte de toda a racionalidade que triunfa. (...) Só através das intuições que

nosso esquema conceitual pode ser modificado ou possivelmente descartado e reposto” (Danto, 1965, p. 38).

Para Nietzsche (2000), a arte teria três funções cruciais: uma *diaphonia* de costumes e culturas, uma moderação entre as forças da filosofia e da religião e, inclusive por isso, uma possibilidade oferecida ao homem de *se tornar o que é*. A discussão nietzschiana quer fazer da arte uma forma de estetizar a própria existência – sobrepondo-se, assim, ao próprio conceito de arte como belas artes. Conseqüentemente, também critica, de um lado, a figura do artista como gênio inspirado, iluminado – pois a arte, para Nietzsche, é energia produtiva acumulada e não um milagre do céu – e, por outro lado, como coitado incompreendido – pois o sofredor quer mesmo é exercer sua vontade de potência através da moral da compaixão. (Nietzsche, 2000; Dias, 2000)

Bruni (2002) reitera que a filosofia, as ciências e as artes sejam os três campos principais para a efetivação da cultura – a qual possui um tempo próprio, que é aquele mesmo tempo que Nietzsche pede a seus leitores, um tempo meditativo, ruminante. “A exigência que Nietzsche faz aos seus leitores – que devem ser calmos e saibam ler devagar – é uma exigência dirigida à cultura e não a este ou aquele leitor em particular” (Bruni, 2002, p. 34). Para pôr em prática essa proposta de estetização da própria existência, Nietzsche (2000) defende um sistema bicameral de cultura, construído pelo almejado fluxo rearticulado entre arte e ciência.

Só lhe resta fazer um edifício de cultura tão grande que esses dois poderes, ainda que em extremos opostos, possam nele habitar, enquanto entre eles se abrigam poderes intermediários conciliadores com força bastante para, se necessário, aplinar um conflito que surja. Mas esse edifício da cultura num indivíduo terá enorme semelhança com a construção de cultura em épocas inteiras e por analogia, instruirá continuamente a respeito dela. Pois em toda parte onde se desenvolveu a arquitetura da cultura, foi sua tarefa obrigar à harmonia os poderes conflitantes, através da possante união dos outros poderes menos incompatíveis, sem no entanto oprimi-los ou acorrentá-los (NIETZSCHE, 2000, p. 188).

Tal configuração nietzschiana é tópico importante para uma compreensão institucional da cultura, a qual traz em si, o desafio simultâneo – e bicameral – da arte e da técnica. Aliás, mais do que isso, ela ainda se insere em um *mundo da arte*, o qual, longe de ser somente um espaço de escapismo e fuga das pressões cotidianas, como sugere Nietzsche em sua crítica a Schopenhauer (Danto, 1965), deve ser considerado o *locus* por excelência dessas relações inter-institucionais complexas

2.2.2 Mundo da arte: uma revisão

Vários autores abordaram esse cenário do *mundo da arte* como Danto (2005; 2006; 2006a;2006b;2006c); Bourdieu (2005); Plattner (2003); Canclini (1997); Sagot-Duvauroux (2003) e Klammer (2003). Os dois últimos de maneira muito próxima ao modo de H. S. Becker (1982): processos de construção de reputação “definidos por convenções para as quais os membros de cada mundo aderem e, pelos quais, emergem critérios de reconhecimento [tradução nossa]”. (Sagot-Duvauroux, 2003, p. 58), segundo o qual “os empreendedores culturais são bem-sucedidos somente quando eles dominam tanto a retórica das artes, com ênfase no discurso cultural, como a retórica do mercado, que pede pelo conhecimento dos preços, *marketing*, vendas, finanças e temas afins [tradução nossa]” (Klammer, 2003, p. 467).

Tal perspectiva sociológica de Becker junto ao mundo da arte é justaposta à de Weber, para o qual a atividade artística, em seu início, tinha como papel o fortalecimento de uma coesão social, mas à medida que se desvincula, por exemplo, da religião, e se torna ‘consciente de si mesma’, preocupa-se somente com aquilo que pode mantê-la nesse caminho da autonomia (Menger, 2003).

Esse processo acaba por estimular a intelectualização, profissionalização e racionalização econômica de atividades artísticas e a organização dos mundos da arte, cenário onde a criação, a inovação e a experimentação serão “as forças diretivas fundamentais da dinâmica” (Menger, 2003), o que gera conflitos de classe e mecanismos de mediação dos agentes que regem essa relação, como artistas, público e as instituições artísticas. Mas também propicia o exame dos esquemas técnicos, políticos e legais relativos à produção, avaliação e o consumo da arte.

A arte, assim, pode incluir uma forma de ação coletiva, envolvendo não somente o artista, mas também – como sugere a idéia do mundo da arte – aqueles que fabricam o equipamento (produtores de instrumentos, tintas, material fotográfico etc), a comunidade de negócio (negociadores de arte, editores, produtores fonográficos etc), críticos, curadores, *experts*, estetas, administradores culturais, os públicos atual e futuro etc. As relações diretas e indiretas entre todos esses atores ou grupos não concordam com regras predeterminadas, mas são substituíveis e variáveis.

O contrário, de certa forma, do que postula Marx. Aqui, o argumento mais familiar é o de que a produção artística, como qualquer outra forma de produção, é determinada por forças históricas e sociais. Isso permite duas leituras do mundo da arte. Na primeira, o mundo da arte é o local de reprodução do mecanismo ideológico da classe dominante. Na segunda, é exatamente o seu oposto: um terreno do trabalho não-alienado, no qual o artista segue os processos nietzscheanos e estetiza sua própria existência; a arte como algo além das obras de arte, produzindo, em conseqüência, um ato emancipatório e revolucionário

junto às esferas política e social rumo a um estágio de total liberdade de ação – e criação. (Menger, 2003; Danto, 2006b; Danto, 2006c).

Durkheim também vai propor duas leituras. Na primeira, submete o conceito de arte ao conceito de luxo e usa o exemplo artístico, quando critica o utilitarismo econômico, ao atribuir uma função positiva e quase reguladora para atividades aparentemente sem propósito – da qual a arte é uma dessas atividades, de acordo com o postulado kantiano do “prazer desinteressado” ou “da finalidade sem fim”. Mas, ao mesmo tempo, esse caráter da arte pode incorporar o perigo desregulador de uma economia individual de necessidades e desejos, ou seja, uma ameaça de intemperança individualística em uma sociedade altamente diferenciada. “O livre exercício da imaginação alimenta o desejo por novidade e encoraja um consumo imoderado de bens supérfluos [tradução nossa]” (Menger, 2003, p. 418).

Mas esta visão se opõe a outra existente em um dos últimos trabalhos do próprio Durkheim. De acordo com a segunda leitura, a arte também poderia incorporar os ideais sociais da comunidade – como aqueles criados por grupos sociais em períodos históricos de turbulência coletiva. Por esse tempo, o indivíduo, como um resultado do aumento da densidade das redes sociais, é beneficiado pela força da solidariedade interpessoal sobre ideais comuns. Nos períodos em que as conexões sociais tornam-se perdidas, a criação artística perpetua a memória dessa turbulência coletiva lançando um fecho de luz sobre ações cooperativistas de trabalho artístico mútuo. “Os mecanismos de consumo conspicuo e competição entre classes sociais conduzem as classes altas a ficarem isoladas ao continuamente adotar novos estilos de consumo e também faz com que artistas a cobrir o lance de cada um na busca de originalidade de forma a estabelecer e reter sua ‘raridade’ [tradução nossa]” (Menger, 2003, p. 418).

Plattner (2003) parte de uma preocupação mais antropológica, ao mostrar a contraposição entre um mundo da arte que expressa uma fração da cultura local ou nacional e a força de sociedades capitalistas que podem acabar por subjugar mundos da arte locais. Essa subserviência pode ocorrer sob o contexto turístico ou, sob forma mais ampla, naquilo que o autor chama de *commodification*: obtenção e distribuição de obras artísticas para comercialização no circuito do mundo da arte, como os sistemas de galerias ou museus. Ação que pode gerar tensões em comunidades locais, não-ocidentais, as quais, por tenderem a se estruturar sob forma do bem-estar do grupo, passam a adotar uma estratégia de confronto ante a provocação de uma competição, criatividade e liberdade individuais.

Plattner (2003) defende ainda que esse impacto será visto também nos grupos urbanos, direta ou indiretamente envolvidos com a arte – ponto reiterado por Canclini (1997): o processo de departamentalização do conhecimento, o fenômeno da urbanização e as diversas etapas necessárias para a construção de um bem cultural apontam caminhos

que desenham uma teia produtiva junto ao mundo da arte. A crítica à *commodity* artística não deve ser descartada, mas tampouco o desconhecimento de sua operacionalidade:

O que é a arte não é apenas uma questão estética: é necessário levar em conta como essa questão vai sendo respondida na interseção do que fazem os jornalistas e os críticos, os historiadores e os museólogos, os marchands, os colecionadores e os especuladores, ou seja, o que se chama, hoje, de “mundo da arte”. Da mesma forma, o popular não se define por uma essência *a priori*, mas pelas estratégias instáveis, diversas, com que os próprios setores subalternos constroem suas posições e também pelo modo como o folclorista e o antropólogo levam à cena a cultura popular para o museu ou para a academia, os sociólogos e os políticos para os partidos, os comunicólogos para a mídia (CANCLINI, 1997, p. 23).

Para Danto, contudo, o mundo da arte é o lugar onde se dará uma explicação para as obras de arte na atualidade. Um mundo, como visto anteriormente, para o qual podemos escapar e encontrar alívio e repouso das dores da existência. Mas agora esse mundo da arte contemporânea é também da indagação, que permite, por exemplo, as *Brillo Boxes* de Warhol, as quais, por sua vez, propõem que “ver algo como arte requer algo que o olho não pode repudiar – uma atmosfera de *teoria artística*, um conhecimento da história da arte” (Danto, 2006a, p. 8. Grifo nosso).

Para Danto, o que diferencia uma caixa de sabão em pó *Brillo* e uma obra de arte rigorosamente igual a uma caixa de sabão em pó *Brillo* é uma teoria de arte *reconhecida* no mundo da arte – sem ela, a pessoa não verá o objeto como arte, não vai atingir a interjeição – utilizada por Danto – do “*Ah, é arte!*” da identificação artística que separa as duas caixas de *Brillo*. O que temos aqui é, para usar as palavras de Benjamin, um “adestramento da atitude mimética”. (Benjamin, 1994a, p.108). Assim, as *Brillo Boxes* evidenciam porque agora cabe à filosofia, inserida no mundo da arte, decidir em que medida “as discrepâncias para com uma equivalência perceptiva ideal são uma questão de deficiência técnica e em que medida são matéria de expressão” (Danto, 2006c, p. 12). “Nossas instituições – museus, galerias, colecionadores, revistas de arte etc – existem apesar da suposição de um futuro significativo, até mesmo brilhante. O escultor inglês William Tucker disse que ‘os anos de 1960 eram a época do crítico. Agora é a época do negociante’” (Danto, 2006c, p. 2).

Bourdieu (2005) critica tal concepção de Danto sobre o mundo da arte, pelas mesmas razões que Danto, por sua vez, critica a de Becker: por se apresentar apenas como uma preocupação em entender os vários atores sociais que integram e conceituam os objetos artísticos no mundo da arte, sem entender as relações objetivas que constituem a estrutura do campo artístico. Mais do que isso, no caso da crítica de Bourdieu a Danto, o problema parece ser um certo lugar de verdade que assume a instituição cultural – como galerias, museus, incubadoras artístico-culturais - ao definir através, muitas vezes de pseudoteorias ou justificativas, o que “pode” e o que “não pode” ser arte entre os objetos que adentram em seus espaços.

Para Bourdieu importa menos a questão da produção do que a questão da reprodução cultural e social das artes – e por isso aponta que o trabalho de Danto é, exatamente, o cerne do problema. Se hoje não há como se fazer uma determinação científica e precisa de quando um determinado objeto se torna obra de arte e essa linha de demarcação entre objetos técnicos e artísticos é dada pela intenção do produtor desses objetos, “esta intenção constitui ela própria o produto das normas e convenções sociais que concorrem para definir a fronteira sempre incerta e historicamente mutável entre os simples objetos técnicos e os objetos de arte” (Silva Filho, 1997, p. 2). Ou seja, o *status* artístico é imposto pelas instâncias socializantes a que se submete o indivíduo, pois, se a arte é um bem simbólico, ela só existirá para os detentores de seu código de interpretação – de onde emerge a noção do *habitus*⁵ em Bourdieu. “Não são, contudo, quaisquer pessoas que podem ter acesso às vias de conhecimento da arte de seus códigos. Para Bourdieu, nível de instrução e prática cultural caminham juntos” (Silva Filho, 1997, p. 3 e 4)

Bourdieu apresenta dessa forma a teoria do capital cultural, na qual a *high art* é uma peça importante utilizada pela elite para marcar seu *status* e limitar o acesso daqueles que a ela não pertencem. Deriva daí outro ponto importante apresentado por Bourdieu: a presença da busca, pelo mundo da arte, por duas lógicas econômicas: uma produção cultural mais comercial destinada ao mercado e outra, mais “pura”. Esta atua em longo prazo e é orientada para a acumulação do capital simbólico como capital econômico capaz de assegurar lucros após certas condições e tempos, aceitando o risco inerente aos investimentos culturais. Aquela prioriza o curto prazo, o sucesso imediato, o lucro rápido, incluindo ajustes necessários à demanda preexistente da clientela através dos circuitos de comercialização e procedimentos de valorização. A situação aponta, respectivamente, duas possibilidades para os empreendimentos culturais inseridos no mundo da arte: aqueles de ciclo de produção longo (foco no futuro) e os de ciclo de produção curto (foco no presente). (Bourdieu, 2005, p. 163)

O produtor do valor da obra de arte não é propriamente o artista, mas o campo de produção desse mundo da arte, o qual, muitas vezes, fetichiza o valor da obra de arte ao se filiar à crença do poder criativo, *inspirado*, do artista – para voltarmos a uma assertiva crítica também verificada em Nietzsche.

Sendo dado que a obra de arte só existe enquanto objeto simbólico dotado de valor se é conhecida ou reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas necessárias para a conhecer e reconhecer como tal, a ciência das obras tem por objeto não apenas a produção material da obra, mas também a produção do valor da obra ou, o que dá no mesmo, da crença no valor da obra. Ela deve levar em conta, portanto, não apenas os

⁵ O *habitus*, segundo Bourdieu, “princípio não escolhido de todas as escolhas” é “o modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de *disposições* duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente” (WACQUANT, 2006, p. 2)

produtores diretos da obra em sua materialidade (artista, escritor etc), mas também o conjunto dos agentes e das instituições que participam da produção do valor da obra através da produção da crença no valor da arte em geral e no valor distintivo de determinada obra de arte, críticos, historiadores de arte, editores, diretores de galerias, *marchands*, conservadores de museu, mecenas, colecionadores etc e o conjunto das instâncias políticas e administrativas competentes em matéria de arte (ministérios diversos – segundo as épocas – direção dos museus nacionais, direção das belas-artes etc) que podem agir sobre o mercado de arte, seja por veredictos de consagração acompanhados ou não de vantagens econômicas (compras, subvenções, prêmios, bolsas etc) seja por medidas regulamentares (vantagens fiscais concedidas aos mecenas ou patrocinadores etc), sem esquecer os membros das instituições que concorrem para a produção dos produtores (escolas de belas-artes etc) e para a produção dos consumidores aptos a reconhecer a obra de arte como tal, isto é, como valor, a começar pelos professores e pais [e eu acrescentaria aqui os jornalistas, em especial os da área de cultura], responsáveis pela insinuação inicial das disposições artísticas (BOURDIEU, 2005, p. 259).

A luta pelo grau de autonomia no campo artístico em relação ao mercado vai definir mesmo um critério de avaliação fundamental como sendo aquele que explora a oposição, de um lado, “das obras feitas *para* o público, e, de outro, as obras que *devem fazer* o seu público” (Bourdieu, 2005, p. 247).

2.2.3 Segunda proposição: mundo da arte e incubadoras artístico-culturais

Como qualquer outra instituição cultural, uma incubadora artístico-cultural não só certamente se insere no postulado nietzscheano pelo sistema bicameral de cultura, mas ao incluir arte e técnica, assume, para si, também as três diretrizes apresentadas por Nietzsche, inclusive aquela sugestiva meta pela estetização da própria existência.

Mas, de peculiar interesse também é a inclusão da idéia nietzscheana da *diaphonia*. Se à cultura estão associadas as idéias da multiplicidade e da pluralidade, tanto de práticas como de costumes, a idéia da *diaphonia* não só certamente inclui esses aspectos, como se antecipa, a um dos aspectos caros à idéia da incubadora artística-cultural – a possibilidade de se caracterizar como um espaço de convergência e manifestação da diversidade cultural em pelo menos três tópicos: i) um local de encontro, acesso, difusão e prática da cultura e da arte para públicos diversos; ii) a própria diversidade artística presente entre as diferentes empresas incubadas e iii) a diversidade institucional do mundo da arte ao qual a incubadora fatalmente estará submetida.

Os dois primeiros tópicos serão examinados adiante. O terceiro recapitula as descrições apresentadas acerca do mundo da arte e, a nosso ver, estabelece três estratégias de análise junto às incubadoras artístico-culturais: i) rede de atores sociais que operam em função de sua autonomia e reconhecimento, mas também em torno da reprodução ideológica, consumo, comercialização ou mesmo redenção; ii) espaço para a formulação de uma teoria da arte, que se quer legitimada como referência no meio, mas

pode ser sublinhada à luz do capital cultural, do *habitus* e da dupla lógica econômica dos atores envolvidos; iii) como entendimento do impacto produzido pela obra artística como *commodity* que pressiona diferentes grupos culturais, dos autóctones aos urbanos (o que, por outro lado, pode acentuar a solidariedade do grupo em torno de uma proposta de cooperação artística).

No primeiro caso, como instituição que, ocasionalmente, possa aglutinar em si várias experiências artísticas e culturais, uma incubadora desse tipo pode também reunir todos os atores presentes no mundo da arte. Ao contrário de uma galeria ou de um estúdio musical, por exemplo, que certamente se inserem em mundos da arte que dizem, prioritariamente, respeito às suas práticas artísticas, uma incubadora artístico-cultural, por ter, em princípio, a possibilidade de agregar áreas artísticas diferenciadas, também poderá reunir mundos da arte diferenciados. Em decorrência disso, emerge o primeiro grande ator de uma incubadora desse tipo, o artista e/ou o empreendedor cultural.

No segundo caso, como a incubadora abriga diferentes práticas artísticas, pode também, conseqüentemente, abrigar diferentes teorias da arte e capitais culturais entre seus integrantes. Com isso, pode ficar subordinada a entender não só os aspectos referentes à dupla lógica econômica, mas ainda também às características e peculiaridades econômicas que envolvem cada uma delas – a exposição de um quadro, a produção de um disco, a encenação de uma peça, por exemplo. Assim, mercado e governo emergem como os principais atores; o primeiro pelas razões do próprio mercado artístico, da mercadoria e do *marketing* culturais. O segundo por ser, no caso das incubadoras, um dos principais definidores de seus perfis de atuação em função do papel do subsídio e do financiamento, não só referentes ao mercado artístico, mas também às próprias incubadoras.

No terceiro caso, a pressão exercida pelas forças de mercado e governo podem repercutir de maneiras diversas em seus entornos. Entender essa dimensão territorial da diversidade em suas dimensões de usos e costumes evidencia o quarto ator, a comunidade onde se localiza a incubadora.

No limite, é claro, esses apontamentos significam tendências, não exclusividades: no terceiro caso examinado, por exemplo, podemos, afinal, estender (ou entender) a comunidade como uma extensão territorial mais ampla, que pode abrigar cidades, estados e países – o que também amplia, potencializa e inclui outros agentes envolvidos – como outros mercados e outros governos.

Por isso, algum tipo de desdobramento que particularize ainda mais essa problematização encontrada em cada um dos quatro atores presentes deverá ser fornecida a partir dos capítulos seguintes, nos quais serão melhor abordadas as características, por exemplo, do financiamento para os artistas, das peculiaridades econômicas dos bens

artísticos, das políticas culturais estabelecidas (aqui destacando os países estudados e, neles, as ações apresentadas, pelos países, no processo de incubação artístico-cultural).

Tal desdobramento terá início no capítulo seguinte, no qual, com base na relação entre cultura e sociedade da informação, serão apresentadas algumas primeiras características econômicas vinculadas à discussão. Em especial, aquelas pertinentes à economia do aprendizado, para a qual a dimensão territorial, a inovação e a compreensão de nichos de mercado e aglomerados produtivos constituem alguns de seus pontos cruciais.

3 CULTURA E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Segundo Breen, as “questões do mundo real sobre como nos apropriamos da informação em direção ao campo do conhecimento são vitais para uma discussão sobre o potencial da informação” (Breen, 1997, p. 13). Os bens e processos culturais diante da sociedade da informação e na sociedade informacional, e, em especial, através da chamada *economia do aprendizado* trarão particularidades e termos importantes para o contexto e as características que se impõem às incubadoras artístico-culturais.

Da mesma forma que alcançaram grande aceitação junto aos círculos técnicos e acadêmicos, os termos sociedade da informação e, em especial, sociedade informacional são permeados por controvérsias ou plurissignificados. Todavia, podemos estabelecer que, no caso da sociedade da informação, trata-se de uma noção construída no período histórico pós-1945, a partir de determinados requisitos e condições sócio-culturais, econômicas e institucionais – em especial o gradativo aumento do investimento em educação, o envolvimento e a inter-relação entre países diversos e a expansão de sistemas centrados nas novas tecnologias de informação e de comunicação (TICs). As TICs desempenham papel estratégico a partir desse período ao abrirem novas possibilidades para o capital produtivo e estabelecerem novas configurações simbólicas em sintonia com a ordem internacional instaurada no final do século XX. As TICs também são entendidas como resultado da interface do progresso de três grandes áreas: *informática* (permitiu o tratamento binário dos dados), *micro-eletrônica* (convergência de sons e imagens a esse processo sob, principalmente, a forma de microprocessadores) e *telecomunicações* (criaram as redes e um complexo de transferências dessas informações em alcance global) (Pinheiro, 2001; Petit, 2005).

Assim, o presente capítulo descreve o cenário da sociedade informacional, incluindo-se aí aspectos e problemas referentes à sua economia para em seguida abordar a *economia do aprendizado*, em especial no que tange a questões referentes a inovação, aglomerados e cadeias produtivas – cruciais para o entendimento das incubadoras, em geral – que, uma vez associadas à questão cultural, vão sugerir caminhos e outras questões específicas para considerações acerca das incubadoras artístico-culturais.

Ele está dividido em três seções principais, incluindo suas proposições finais. Na primeira, discute-se a sociedade informacional, na qual se detalham aspectos referentes ao seu cenário sócio-econômico para, em seguida, apresentar a noção de *economia do aprendizado*. Através de uma revisão do tema, foram destacadas, respectivamente três importantes características: os aglomerados produtivos, subdivididos nas ênfases: institucional, da cadeia produtiva e territorial; a inovação; financiamento e nichos de mercado. Na segunda seção, o debate é contextualizado na questão cultural, procurando

elementos peculiares na relação entre cultura e pressupostos informacionais, e economia do aprendizado. Na terceira, as proposições finais destacam os tópicos para uma análise junto às incubadoras artístico-culturais.

3.1 Sociedade informacional e economia do aprendizado

Castells (2002, p. 46) propõe uma diferença entre o que seja da ordem da informação, que sugere sentido amplo e acesso ao conhecimento, “*an intellectual framework*”, e o que é da ordem do informacional, que sugere sentido restrito, caracterizado por forma específica de organização social, na qual a geração, o processo e a transmissão de informação tornam-se a principal fonte de produtividade e poder em função das TICs. Assim, o autor prefere falar em *sociedade informacional* ao invés de *sociedade da informação* ressaltando que a informação, enquanto comunicação de conhecimento, sempre foi importante nas sociedades.

Mas para Roszak (1988), não há diferença entre economia informacional e economia industrial, da qual apenas inaugura um novo estágio. Tal economia, apesar de depender de contratos militares, tem ampla fatia do mercado civil (videogames, *softwares* diversos, computadores), sobre o qual querem impor os bens de consumo de informação através da publicidade e comercialização. Perspectivas que se vislumbram muito limitadas para uma “economia política do virtual”, como sugere Breen (1997), para a qual propõe a reformulação “de outros elementos da modernidade como parte do projeto iluminista, evocando assim a teoria da causalidade como meio de preencher os espaços criados pela conexão dominante matemática-*marketing*” (Breen, 1997, p.4).

Numa comparação interessante, Roszak diz que antes as máquinas eram pesadas, brutas como bestas de carga: não era à toa que elas eram medidas pelo *horse power*. Hoje, em tempos de economia informacional, as máquinas são “inteligentes” e impõem mais respeito, sendo que a rigor, uma caixinha de música é, por exemplo, um processador de dados, que lê lâminas perfuradas. Ironizando, o autor recorre ao jargão publicitário dizendo que, enquanto os eletrodomésticos se “sofisticam”, os computadores “evoluem”.

Assim, quando se afirma que as estratégias de segmentação de consumo cultural (inclusive transnacionais) hoje existentes sejam um avanço em detrimento daquelas anteriores, de massa, tais estratégias na verdade são apenas exigências de uma burocracia multiplicada ante o meio técnico-científico-informacional (Santos, 1994).

O meio de vida do homem, seu entorno, não é mais o que, há alguns decênios ainda, geógrafos, sociólogos e historiadores chamaram de meio técnico. O meio técnico-científico informacional é um meio geográfico onde o território inclui obrigatoriamente ciência, tecnologia e informação. (...) Não é nem meio técnico, nem meio natural. A ciência, a tecnologia e a informação estão na base mesma de todas as formas de utilização e funcionamento do espaço, da mesma forma que participam da criação de

novos processos vitais e da produção de novas espécies (animais e vegetais). É a cientificização e a tecnização da paisagem. É também, a informatização, ou antes, a informacionalização do espaço. A informação tanto está presente nas coisas como é necessária a ação realizada sobre essas coisas. Os espaços assim requalificados atendem sobretudo a interesse dos atores hegemônicos da economia e da sociedade e assim são incorporados plenamente às correntes de globalização (SANTOS, 1994, p. 44, 51).

Para Santos, antes da história, antes do homem, a natureza era una. No passado, o homem escolhia dentre o entorno natural disponível para sua subsistência. “Há descoordenação entre grupos humanos dispersos, enquanto se reforça uma estreita cooperação entre cada grupo e o seu Meio: não importa que as trevas, o trovão, as matas, as enchentes possam criar o medo: é o tempo do homem amigo e da natureza amiga. A natureza é atroz, o homem é atroz, mas parecem entender-se (Michelet)”(Santos, 1994: 17). Com a civilização, tem-se o domínio do homem sobre seu entorno natural. A tecnociência atual marca o estágio máximo dessa evolução. Com a mundialização da economia, todas as sociedades “terminaram por adotar, de forma mais ou menos total, de maneira mais ou menos explícita, um modelo técnico único que se sobrepõe à multiplicidade de recursos naturais e humanos” (Santos, 1994, p. 18).

Sabemos, desde Weber, que qualquer solução burocrática esconde – porque evita – a diversidade. Para que a burocracia funcione, ela deve homogeneizar a ação junto àqueles que a ela recorrem. Então, não são outras coisas, senão metáforas falaciosas, o chamado *marketing* global que apregoa um retorno à individualização. Ou como nos lembra Ortiz ao tratar a desmassificação do consumo como realização da liberdade individual e da democracia, espécie de exemplo máximo dessas metáforas nebulosas que dão um retrato incompleto do que se esteja querendo apreender. “A emergência desta modernidade centrípeta, na qual fica difícil localizar a centralidade das coisas, não significa a ausência do poder, ou sua partilha em termos democráticos. Pelo contrário, as relações de autoridade, ao se tornarem descentralizadas, adquirem outra abrangência” (Ortiz, 1994, p. 15 e 104).

Postman (1994) estabelece três estágios da cultura diante da evolução dos suportes de informação: i) fase das ferramentas; ii) tecnocracias e iii) tecnopólios. No primeiro estágio, o das ferramentas, há uma integração maior entre crenças, os princípios religiosos, militares e ferramentas, como os relógios: as primeiras determinam as segundas. Conforme assinala o autor, “a teologia e não a tecnologia, dá às pessoas autoridade para o que fazer ou pensar” (Postman, 1994, p. 35). É claro que já existem algumas manifestações de tecnocracias, como a dos cavaleiros, que inauguraram o combate montado a partir da invenção do estribo. Nas tecnocracias, ou o segundo estágio, a tecnologia desafia a cultura a se incorporar a ela. As trajetórias do relógio, da prensa tipográfica e do telescópio são exemplos que confirmam esse ponto (Postman, 1994; Colombo, 1989). Já nos tecnopólios,

a vida humana deve encontrar seu sentido na máquina e na técnica. É a versão totalitária da tecnocracia, que torna as ferramentas invisíveis e redireciona os costumes (Postman, 1994, p. 60)

O tecnopólio possui uma cultura cujas teorias disponíveis não oferecem orientação sobre o que seja informação aceitável no terreno moral. No tecnopólio, existe um método para o controle do fluxo informacional, dividido em três itens:

- i) *Burocracia*, que não tem nenhuma teoria intelectual, política ou moral sendo incapaz de enxergar a diversidade e por isso é indiferente ao problema humano – como o caso de Eichmann, acusado de levar milhares de judeus aos campos de extermínio (“mas eu só transportava as pessoas”, grifo meu, para a declaração). De resto, os burocratas passaram a não resolver, mas sim a criar problemas;
- ii) *Especialização*, uma decorrência do crescimento da burocracia, que enfraquece as instituições sociais tradicionais e produz uma torrente de informações. No entanto, funciona bem em situações que pedem apenas uma solução técnica e em que não há conflito com os propósitos humanos;
- iii) *Maquinaria técnica*, o aparato do tecnopólio: testes, busca de comportamentos-padrão, pesquisas de opinião, excessos da taxionomia. “No tecnopólio não há necessidade dessas lutas intelectuais. As máquinas eliminam a complexidade, a dúvida e a ambigüidade (...) O importante na mágica é que ela desvia nossa atenção para o lugar errado. E, ao fazê-lo, evoca em nós uma sensação de prodígio e não de compreensão” (Postman, 1994, p. 100-101).

Postman diz que a era da ferramenta tinha como referência a Bíblia, destacando a autoridade da religião, não importa qual. Na era da tecnocracia, a referência é o progresso e a autoridade da ciência, não importa qual. Na era do tecnopólio, a referência é a informação, que se torna onipresente, como se fosse meio e fim da criação humana, mas “poucos problemas políticos, sociais e sobretudo pessoais surgem por causa da informação insuficiente (...) Para a pergunta: ‘o que a informação resolve?’, a resposta é, em geral, ‘a maneira de como gerar, armazenar e distribuir mais informação, de forma mais conveniente e com mais velocidade do que antes’” (Postman, 1994, p. 69-70).

Segundo Postman, antes do telégrafo⁶, a informação só podia mover-se com a velocidade de um trem: 50 km/h. Também atendia a interesses particulares ou locais. O telégrafo marca o início da informação como mercadoria: “uma coisa que pode ser comprada ou vendida, sem se levar em consideração a seus usos ou seu sentido. As fortunas dos jornais passaram a depender não da qualidade ou utilidade das notícias por eles veiculadas, mas da quantidade delas, das distâncias e da velocidade” (Postman, 1994, p. 76).

⁶ Durante o *Primeiro Simpósio Mundial de Tecnologias de Informação (FW Symposium: La Société Mondiale de l'information; acteurs et victimes)* realizado em Poitiers, França, entre 1 a 5 de março de 1999, foi divulgado que o processo de desenvolvimento da fotografia levou 112 anos; o telefone, 56 anos; o rádio, 35; o radar, 15; a televisão, 12. O primeiro transistor, 5 anos; o circuito integrado, 3 anos; o PC 286, 1 ano e a evolução de um PC 486 para o Pentium, apenas um mês. (Musso apud Pinheiro, 2001, p.27).

Mas, para Ménard (2004), as transformações mencionadas acima não afetam diretamente a natureza de todos os bens culturais, mas fazem parte dos elementos constitutivos de uma nova cultura e de novos modelos econômicos, com ênfase em seu principal desdobramento, a economia fundada sobre o aprendizado, que destaca, dentre outros, a importância da inovação e do saber no processo de crescimento econômico.

Partindo da idéia de que a informação seja um “conhecimento comunicado” (Capurro e Hjørland, 2003) que procura atender à pergunta “saber o quê?”, enquanto o conhecimento atende ao saber “por quê, como e quem?”, Cassiolato, Lastres e Arroio (2005) preferem falar em uma *economia do aprendizado* porque o conceito sugere a idéia de algo que se dê em processo, com importante elemento do contato pessoal e da interação – da mesma forma que Johnson e Lundvall: “aprendizado refere-se ao desenvolvimento de novas competências e ao estabelecimento de novas capacitações e não apenas ao ‘acesso a novas informações’” (Johnson e Lundvall apud Lastres et al, 2005, p. 44).

Na economia do aprendizado, sugerem Johnson e Lundvall (2005), o foco é o desenvolvimento amplo de competências na população. O capital intelectual depende do social, conforme sugerido no esquema abaixo, – o que demanda abordagens sistêmica e interdisciplinar entre diferentes tipos de capital.

Quadro 2 – Correlação entre recursos e capital

	Recursos facilmente reprodutíveis	Recursos menos facilmente reprodutíveis
Recursos tangíveis	1. Capital produtivo	2. Capital natural
Recursos	3. Capital intelectual	4. Capital social

Fonte: Johnson & Lundvall, 2005, p. 88

O quadro aponta o duplo desafio do crescimento econômico diante da sustentabilidade, não só sobre a base natural de produção material (perspectiva ambiental), mas também do capital social. Por isso, não é sustentável, salientam os autores, uma estratégia de desenvolvimento apenas sobre o capital produtivo e intelectual, como sugere a “economia” ou a “sociedade” do conhecimento. “A acumulação de capital diretamente ligado à produção não deve desgastar o capital natural, e os incentivos para estimular a acumulação de capital intelectual não devem ser formulados de tal forma a corroer o capital social” (Johnson e Lundvall, 2005, p. 88).

Como o capital natural nem sempre pode ser reproduzido, a inovação pode estimular, por exemplo, a criação de substitutos para recursos naturalmente escassos. “De forma similar, a inovação e o redesenho institucional – por exemplo, visando a reduzir a corrupção e a aumentar a participação popular na implementação de programas de desenvolvimento – podem contribuir para superar uma crise quando o capital social é frágil” (Johnson e Lundvall, 2005, p.88). Todavia, Johnson e Lundvall salientam que como, em ambos os casos, uma atuação desenfreada das forças de mercado enfraquece as bases do

crescimento econômico, uma vez que capitais social e natural podem ser eliminados. Os autores definem o aprendizado como sendo uma “*aquisição de diferentes tipos de conhecimento, competências e capacitações* que tornam o agente do aprendizado – seja um indivíduo ou uma organização – mais bem sucedido na busca de suas metas” (Johnson e Lundvall, 2005, p. 102, grifos nossos).

A concentração espacial de questões como as ligadas às atividades produtivas, são muitas vezes relegadas a segundo plano por economistas mais interessados em diagnosticar mercados do que na dimensão espacial (Cassiolato e Lastres, 2003). Por isso, mesmo em tempos nos quais se impera troca de conhecimentos através da sociedade informacional, é importante entender três processos que se interdispõem na fronteira entre um e outro: aqueles referentes ao aglomerado produtivo, à inovação e aos financiamentos.

3.1.1 Os aglomerados produtivos

A rapidez com que se desenvolveu o processo de globalização na economia cuidou – paradoxalmente – de despontar focos regionais ou espaciais: o estudo de aglomerados de pequenas e médias empresas (PMEs), os arranjos produtivos locais (APLs), considerados antecessores das incubadoras de empresas, começam a ser desenvolvidos junto aos casos da Terceira Itália ou Vale do Silício (EUA).

Sob essa perspectiva, a principal referência deixa de ser a empresa individual e se transforma nas relações entre as empresas e dessas com outras instituições inscritas em um espaço geograficamente definido e de ambiente bem caracterizado, que enfatiza o caráter localizado e específico dos processos de aprendizado e de inovação. O advento das redes, propiciado pelas TICs, ampliou esse escopo de ação para o ciberespaço (ou dimensão informacional do espaço). Essa preocupação é a que orienta “as novas formas de intervenção do Estado na promoção da política industrial e tecnológica” (Cassiolato e Lastres, 2003, p. 23).

São precisamente os APLs que apresentam, com maior ênfase, a combinação entre aprendizado, inovação e território, porque neles se fundamenta uma visão na qual conhecimentos codificados “apresentam condições crescentes de transferência (dada a eficiente difusão das TICs) e conhecimentos tácitos de caráter localizado e específico têm um papel primordial para o sucesso inovativo e permanecem difíceis (senão impossíveis) de serem transferidos” (Cassiolato e Lastres, 2003, p. 24).

Duas linhas de ação sistêmica em busca da inovação decorrem desse modelo: uma que privilegia a inserção do local em busca de possíveis vantagens junto à ação corporativa global e outra que defende uma ação mais independente do modelo corporativo a partir de uma articulação nacional.

No primeiro caso, Schmitz (2005) destaca a importância de duas cadeias produtivas: os APLs e as cadeias globais de valor. Estas focalizam relações de empresas locais com seus clientes globais, enquanto aqueles destacam os inter-relacionamentos de empresas locais (Schmitz, 2005, p. 322). Há um entrave na aproximação de ambas: o poder de gerenciamento das primeiras poderia afetar o aprimoramento das segundas. Assim, o próprio Schmitz relativiza o bordão de que “exportar nem sempre é o que mais importa”, em que pese as melhores oportunidades de aprendizado e certo *status* atribuído às empresas exportadoras: “produtores locais operando em cadeias globais encontram significativas barreiras para desenvolverem capacitação inovativa; e cadeias integradas em nível nacional (ou que se estendam aos países vizinhos) proporcionam melhores oportunidades para isso” (Schmitz apud Lastres, Cassiolato e Arroio, 2005, p. 39). Ou seja, ter a capacidade exportadora como símbolo de sucesso não implica, necessariamente, dizer que “os fabricantes que exportam são bons modelos a serem seguidos para o aprimoramento produtivo” (Schmitz, 2005, p. 340).

Schmitz aponta o paradoxo gerado pelo tema da localização diante da vantagem competitiva global: “autores de diferentes ramos enfatizam a importância da proximidade geográfica e das fontes locais de competitividade, apesar da globalização e da emergência de redes globais de comunicação relativamente baratas” (Schmitz, 2005, p. 323). Mas em que pese a referência à espacialidade e à cooperação, há uma visão simplista de mudança tecnológica, vista apenas como um resultado de aquisição e uso de equipamentos (bens de capital).

Aqui, a “difusão” da tecnologia é exaltada como principal processo em detrimento da dinâmica de criação e acumulação de capacitações internas ao aglomerado, para gerar inovações ou para entender de como e se tais capacitações são acumuladas. Essa visão de que a mudança tecnológica nas aglomerações se limite à introdução de equipamentos e à “difusão tecnológica” coloca as empresas e outras instituições locais participantes de arranjos produtivos numa posição extremamente passiva. Tal visão pode contribuir para relegar a segundo plano a importância dos processos de aprendizado, capacitação e inovação, que permitem maior articulação entre os agentes envolvidos e, conseqüentemente, a defendida competitividade sustentada.

Não se trata simplesmente de adquirir ou, no máximo, importar produtos sofisticados, como sugerem no primeiro momento as benesses da economia do conhecimento, mas sim promover e gerar *localmente* os processos que estimulem o aprendizado e a acumulação de conhecimentos. “É até curioso que um processo fundamentalmente geográfico, denominado por um termo geográfico – globalização – seja analisado como um conjunto de fluxos (inclusive de recursos) sem considerar suas interações com a territorialidade do desenvolvimento econômico” (Cassiolato e Lastres, 2003, p. 25).

Assim, os aglomerados podem apresentar, de um lado, uma estrutura homogênea em sua cadeia produtiva, que compartilha semelhanças com seus atores e com seus termos operacionais e estruturais. Mas, de outro, também podem mergulhar na especificidade de casos que exigem que sejam compreendidas suas principais características e vantagens, muitas vezes evidenciados, precisamente, pelas condições locais – o que impede a simples transposição de modelos e soluções. Com base nessas variações, os autores estabelecem três tipologias para os aglomerados, os quais podem ser definidos: 1) através do tipo de empresa (*ênfase na instituição*); 2) ipo de mercado (*ênfase na cadeia produtiva*) ou 3) tipo de inovação local (*ênfase no território*). O detalhamento de cada uma dessas tipologias é apresentado a seguir.

3.1.1.1 Ênfase na instituição

Neste primeiro tipo, que considera a configuração empresarial têm-se: i) aglomerações em setores *tradicionais* ou artesanais (sapatos, móveis, confecções, metalurgia). Casos de sucesso ilustram cooperação, especialização da produção, arranjos sociais e institucionais informais; ii) *complexos Hi-tech* (Vale do Silício): presença de altos orçamentos de pesquisa, importância do *venture-capital* (capital de risco) e excelência na produção de bens sofisticados e iii) *grandes empresas* (Baden-Wurtemberg na Alemanha) mostrariam importância de suporte institucional regional via treinamento de alta qualidade, educação, P&D e infra-estrutura de telecomunicações (Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 40).

Nos países em desenvolvimento, o governo certamente desempenha papel crucial nessas funções e atividades. Contudo, “embora possa ter a visão e o tamanho necessários, não possui necessariamente capacidade para escanear o ambiente externo de forma a detectar novas oportunidades” (Saviotti, 2005, p. 315). Para o autor, esse papel deve ser atribuído a instituições ligadas aos centros de pesquisa, universidades, empresas industriais (como centros de tecnologia) e incubadoras.

Por outro lado, o processo de formação dos aglomerados locais não é automático. Sua eficiência coletiva emerge da confiança que sustenta a relação entre as empresas e da conexão dos aglomerados locais a mercados significativos. Três níveis podem surgir desse cenário: i) aglomerações locais artesanais com pouco dinamismo e aparente incapacidade de inovação ou expansão; ii) aquelas capazes de aprofundar “a divisão do trabalho entre as empresas, aumentar sua competitividade e penetrar em mercados internacionais” (Schmitz, 2005, p. 325) e iii) casos intermediários entre um e outro cenários. Neste último caso, a aglomeração parece ser relevante, “pois ajuda as empresas a crescerem em um ritmo em que o risco é aceitável” (Schmitz, 2005, p.325). Em estudo coordenado em aglomerados na Índia, no Paquistão, no México e no Brasil, houve uma constatação comum: “empresas que

aumentaram a cooperação obtiveram maiores ganhos de desempenho” (Schmitz, 2005, p.326).

Estudo desenvolvido no Vale dos Sinos observou que, apesar da emergência de um plano conjunto com diagnóstico dos problemas da cadeia e de propostas claras para ação, ele não foi implementado porque “um pequeno grupo de produtores muito influentes não queria que o programa fosse bem-sucedido. Temia-se que algumas das iniciativas propostas, notavelmente em *marketing* e *design*, perturbassem o relacionamento com os principais compradores estrangeiros” (Schmitz, 2005, p. 327-328). Ou seja, a aliança com o comprador estrangeiro teve prioridade perante os colegas locais. A melhoria funcional, objetivando reposicionar o aglomerado local na cadeia global, encontra oposição da empresa líder da cadeia e de seu parceiro local (Schmitz, 2005, p. 328) os quais, por sua vez e em aparente contraste, encorajam a melhoria dos processos e dos produtos.

3.1.1.2 Ênfase na cadeia produtiva

Na discussão desta segunda tipologia prevalecem as idéias do *Institute of Development Studies* (IDS), na Inglaterra. As cadeias produtivas podem ser: i) *buyer-driven* (dirigidas pelo comprador), entre as quais grandes consumidores (varejistas, importadores e empresas com marcas conhecidas nos países avançados), *trading companies* etc desempenham um papel fundamental na organização de redes produtivas descentralizadas (comum em setores de bens de consumo intensivos em mão-de-obra) ou ii) *producer-driven* (dirigidas pelo produtor), nas quais grandes empresas (indústrias intensivas em capital e tecnologia) coordenam as ligações pra frente e para trás da cadeia produtiva.

No caso das cadeias produtivas de empresas *buyer-driven*, elas freqüentemente “não possuem nenhuma instalação para a produção. Não são ‘fabricantes’ , pois não possuem fábricas. Mais precisamente, essas empresas são ‘negociantes’ que desenham e/ou comercializam, mas não fabricam os produtos da marca que vendem. Elas dependem de redes complexas e camadas de empresas subcontratadas que realizam praticamente todas as tarefas especializadas” (Gereffi apud Schmitz, 2005, p. 329). Assim, os lucros auferidos por esse tipo de cadeia produtiva advêm não de economias de escala e de avanços tecnológicos (como se verifica nas cadeias *producer-driven*), mas de combinações exclusivas de pesquisa de valor agregado elevado, *design*, vendas, *marketing* e serviços financeiros. “Isso permite aos compradores e aos negociantes de marcas que atuem como intermediários estratégicos, ligando fábricas estrangeiras e comerciantes a nichos de produtos, em constante evolução, em seus principais mercados consumidores” (Schmitz, 2005, p. 329).

Nas cadeias produtivas de empresas *producer-driven*, o papel chave no controle de seu sistema de produção é desempenhado pelas corporações transnacionais (CTNs). “Isso é característico em indústrias intensivas em capital e tecnologia como automóveis, computadores, aeronaves e máquinas elétricas (...). O que distingue os sistemas de produção ‘dirigidos por produtores’ é a administração central das CTNs” (Gereffi apud Schmitz, 2005, p. 329). No Brasil, outro exemplo, além da mencionada indústria automobilística (na qual as montadoras desempenham um papel central) é o caso do tabaco. Em ambas, mesmo quando ocorre inovação, ela se dá no segundo nível, pois o reposicionamento desses aglomerados locais na cadeia global será sempre limitado pela administração central das CTNs.

Nas cadeias dirigidas por compradores, há maior possibilidade de que, uma vez em acesso às empresas líderes, as empresas podem aprimorar produção, *design*, *marketing* e estabelecimento da marca. Mas uma questão que precisa ainda ser pesquisada, segundo Schmitz “é se – e de que forma – o poder do comprador afeta as perspectivas de aprimoramento produtivo dos produtores locais. Esse poder pode ser operacionalizado em termos do grau de concentração existente entre compradores em determinada cadeia de valor (ou subcadeia)” (Schmitz, 2005, p. 333). O autor desenvolve a seguinte hipótese: “em cadeias com um elevado grau de concentração de compradores, o avanço funcional é menos comum do que em cadeias com um baixo grau de concentração de compradores” (Schmitz, 2005, p.333), o que foi confirmado em estudos na indústria brasileira de calçados.

Autores apontam ocorrência de maior nível de aprendizado, quando se trabalha para comerciantes pequenos e médios. Outros complementam ao dizer que, quanto maior o nível de intermediários, maior o progresso na cadeia de valor: o regime de aquisição direta torna esse progresso mais difícil. “O controle direto do comprador sobre uma cadeia menos complexa torna o raio de ação das empresas locais restrito à manufatura. No caso brasileiro, isso encontra expressão no ditado local: ‘não vendemos, somos comprados’” (Schmitz, 2005, p. 334).

Quando, uma vez inserido em uma cadeia mais flexível, o comprador terceiriza via intermediários, além de possuir espaços que permitam o crescimento da produção local, e tem a probabilidade de avanços em termos de *marketing* e *design*. Mas, se os compradores optarem pela compra direta, os pedidos podem repetir-se de forma regular, e há a possibilidade de investimento em capacitações de fabricação local, cenário que “abre espaço para o fabricante cativo, de classe mundial, que é excelente em determinada atividade da cadeia (manufatura), mas que é incapaz de sobreviver individualmente” (Schmitz, 2005, p. 334).

Mas Hubert (2005) acredita que os países podem preparar-se adequadamente para poder explorar as benesses oferecidas pelas eventuais estratégias e difusão dos setores de

P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) de multinacionais em seu solo. Hubert assevera que os países da América Latina foram criticados por permanecer com a idéia de “políticas de desenvolvimento ou industrialização”, sob égide de substituição das importações e “teoria da dependência” e que elas se constituíam apenas em mais políticas “comerciais ou macroeconômicas” que não consideravam a base sobre a qual as indústrias pudessem crescer.

Emerge daí uma possível (e controversa) leitura de apologia à globalização, quando o autor recorre ao conceito de *glocalização* – que convida os países do Terceiro Mundo precisamente a aproveitarem do conhecimento tecnológico das multinacionais para construir uma indústria em seus territórios, usando as dinâmicas globais para alimentar as locais. “Essas medidas ou ações são capazes de gerar melhorias significativas na capacidade produtiva da comunidade?” (Hubert, 2005, p. 260). Hubert lembra que o critério de capacidade produtiva esteja baseado na seguinte afirmação de List: “o poder de criar riqueza é mais importante do que a própria riqueza (...) o bem-estar do povo não depende (...) da quantidade de bens e de valores comercializáveis que possui, mas do nível de desenvolvimento de suas forças produtivas” (List *apud* Hubert, 2005, p. 260). Hubert enfatiza que o motor do desenvolvimento da força produtiva seja a capacidade de mudança técnica – o que, em âmbito coletivo, pode ser depreendido como inovação ou capacidade social para tal mudança técnica.

A idéia central do IDS, de qualquer forma, não deixa de apregoar a submissão dos aglomerados locais ao processo de globalização, evidenciado pelos estudos empíricos de exportações do Terceiro Mundo para países mais avançados. “A proposta, porém, apresenta um ponto interessante pois sugere que a busca de uma tipologia para aglomerados deve-se dar a partir de um entendimento sobre os processos de governança⁷ das relações ao longo da cadeia” (Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 40).

Como complementa Schmitz, as cadeias podem ser avaliadas a partir de i) oportunidades para adicionar valor: que tipo de trabalho é alocado para as empresas da cadeia sediadas em países de desenvolvimento?; ii) aprimoramento produtivo: a cadeia permite o aprendizado e a melhoria dos produtores sediados em países em desenvolvimento? Ao fazer tal julgamento, é necessário distinguir entre dois tipos de produtores (em estágio incipiente ou avançado), entre diferentes tipos de aprimoramento

⁷“O termo foi usado primeiramente para descrever novos mecanismos de coordenação e controle de redes externas e internas às empresas, estando referenciado ao grau de hierarquização das estruturas de decisão das organizações. Genericamente, então, o conceito de governança refere-se às diversas formas pelas quais os indivíduos e organizações (públicas e privadas), gerenciam seus problemas comuns, acomodando interesses conflitantes ou diferenciados e realizando ações cooperativas”. In: CASSIOLATO e LASTRES. Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais. Junho 2005. Capturado do site C:\DocumentsandSettings\user\Configuraçõeslocais\TemporaryInternetFiles\Content.IE5\8N7NQW9D\glossario[1].zip. Acesso em 29 de julho de 2005.

(ele é limitado à produção ou é estendido ao *design* e ao *marketing*?) e entre diferentes tipos de cadeias (as relações entre produtores e compradores são simétricas ou um controla o outro?) (Schmitz, 2005, p. 336). Por fim, o autor defende que, em uma política industrial, o exame das cadeias *globais* de valor deve dar maior atenção “às oportunidades de avanço que surgem em cadeias *nacionais* de valor” (Schmitz, 2005, p. 340).

3.1.1.3 Ênfase no território

No terceiro caso a territorialidade das atividades econômicas recebe ênfase, mais como forma de interdependência do que, exclusivamente, de localização da vida econômica: a proximidade geográfica torna-se ativo valioso, “na medida em que são necessárias para a geração de externalidades positivas num sistema econômico. *Uma atividade é totalmente territorializada quando sua viabilidade econômica está enraizada em ativos (incluindo práticas e relações) que não estão disponíveis em outros lugares e que não podem ser facilmente ou rapidamente criadas ou imitadas em lugares que não as têm*”. (Cassiolato e Szapiro, 2005).

Na combinação de força de trabalho mais educada incluindo universidades, centros de pesquisa, parques científicos, a difusão das TICs e o alcance global de produtos e serviços, há um papel crucial nas capacitações das administrações e/ou elites locais para desempenharem o papel de empreendedores locais

A nova geografia econômica combina, portanto, efeitos de aglomeração em algumas grandes áreas urbanas com alguns casos bem-sucedidos de desenvolvimento local instalado. Isso sugere duas forças potenciais para a mudança, realçadas ao novo contexto: a) o potencial da aglomeração, cujos efeitos se tornaram mais rápidos, diversos e de longo alcance e b) o potencial das comunidades locais que aprendem a tirar maiores benefícios das suas especificidades locais. As questões a serem respondidas são: por que alguns aglomerados e alguns territórios estão obtendo mais sucesso do que outros? E por que, em alguns casos, o sucesso consegue estimular o crescimento da economia como um todo? (PETIT, 2005, p. 154-155).

São diferentes as situações em que APLs tornam uma região simples hospedeira de mercado enquanto outras investem na mobilização e no enraizamento das capacidades produtivas e inovativas, promovendo processos de geração, aquisição e difusão de conhecimentos. Por isso a ênfase em uma visão sistêmica, interativa entre os diferentes agentes e o “fomento à difusão – entendida como parte do processo inovativo – do conhecimento codificado e tácito por toda a rede de agentes locais” (Petit, 2005, p. 154-155). É precisamente para um exame mais detalhado acerca desse aspecto da inovação que dedicamos o tópico seguinte.

3.1.2 Inovação

Os termos *inovação* e *desenvolvimento* não são mais associados exclusivamente às tecnologias de ponta, mas transformam-se e são apropriados até mesmo por outros setores. Produz-se um rompimento com a idéia tradicional de inovação “como um processo de mudança radical na fronteira de determinada indústria” (Mytelka e Farinelli, 2005, p. 349): agora ela vai além da P&D e inclui melhorias contínuas na qualidade e no *design* de produtos, na criatividade do *marketing*, nas alterações de rotinas gerenciais e em processos de produção - em prol da diminuição de custos, elevação da eficiência e sustentabilidade ambiental.

Dentre as características de um sistema nacional de inovação destacamos as seguintes: i) o renascimento do interesse em trajetórias históricas e nacionais e na mudança técnica; ii) a abordagem que privilegia a produção baseada na criatividade humana, em vez das trocas comerciais e da acumulação de equipamentos e de outros recursos materiais; iii) o foco no caráter localizado (e nacional) de geração, assimilação e difusão da inovação, em oposição à idéia simplista de um suposto tecnoglobalismo (Lastres, Cassiolato e Arroio, 2005, p. 30). Campos et al. (2003) reiteram que o sistema local de inovação deve ser considerado pelos seus recursos e pelo seu limite. Os recursos podem ser tangíveis (como o capital produtivo e o capital natural) ou intangíveis (capital social, capital intelectual). Já os limites podem ser de ordem espacial (local, regional ou nacional), de natureza tecnológica e estruturas produtivas (setores).

Saviotti afirma que a promoção de um sistema nacional de inovação seja crucial para o desenvolvimento econômico de um país, porque canaliza os processos de criação do conhecimento rumo à maior variedade econômica e ao seu bem-estar. “Aumentar a variedade nacional em paralelo com a variedade mundial significa continuar aprendendo à medida que a fronteira do conhecimento avança. Um país que se permite ser superado pelos avanços de novos conhecimentos inevitavelmente ficará para trás em termos de PIB *per capita*.” (Saviotti, 2005, p. 311).

Além disso, o problema de se criar um sistema nacional de inovação cujo aprendizado dependa de insumos externos é que nem sempre eles estarão disponíveis (Saviotti, 2005). As multinacionais terão como critério, por exemplo, a certeza de um mercado amplo para seus produtos e a disposição de recursos humanos. Mas, se, por outro lado, o país possui um sistema científico, mas que não produza conhecimento gerado na fronteira científica, ele não será capaz de gerar idéias inovadoras passíveis de serem apreendidas pelo sistema produtivo – a menos que ela seja utilizada para obter auxílio na absorção do conhecimento externo. Tal fato, todavia, não aproxima o país e seu sistema de inovação da fronteira científica, mas segue afastando-o.

Os países em desenvolvimento, ainda que possuam, em seu sistema nacional de informação, um elo, ainda que tímido ou não-potencial com o setor produtivo, e recursos humanos em nível universitário, pode criar e manter um ciclo de capacitação de absorção nacional em um sistema que não pode ser estático, dada a velocidade com que as fronteiras da ciência e da tecnologia estão se deslocando (Saviotti, 2005).

3.1.3 Financiamento e nichos de mercado

Além de APLs, as aglomerações geográficas de firmas e instituições se dispõem em uma infinidade de tipologias, como distritos industriais, *clusters* etc. Tais aglomerações em redes se organizariam como cadeias de fornecimento em função de uma empresa-âncora e, entre as quais, a cooperação seria um elemento fundamental para o grau de competitividade das mesmas (Cassiolato e Szapiro, 2003).

Ao se falar em *clusters*, porém, alguns autores defendem que não é a cooperação, mas sim a competição entre as companhias aglomeradas que acabaria contribuindo para esse grau de competitividade das mesmas. Contudo, o que não pode haver é a consideração dos *clusters* como sendo apenas “uma concentração setorial e espacial de firmas com ênfase em uma visão de empresas como entidades conectadas nos fatores locais para a competição nos mercados globais” (Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 36). Há mesmo a idéia, ligada a Schumpeter, dos *cluster banks*, defendida pela necessidade dos empreendedores convencerem os bancos a fornecerem crédito para financiar atividades inovativas e assim, geralmente, há dificuldade para que PMEs tenham acesso ao crédito (Mytelka e Farinelli, 2005).

Muitas vezes grandes empresas é quem têm essa preferência, o que compromete o estabelecimento de uma concorrência por novas empresas. A experiência aglomerada permite que muitas PMEs tenham acesso ao aprendizado e à inovação, mas, diante da relutância dos bancos, elas podem não cumprir esse papel-chave na devolução e na manutenção da inovação em um aglomerado. Além disso, quando obtidos, os empréstimos são elevados – os quais resultam, em grande parte, de assimetrias de informação. “Isso tem duas dimensões. Por parte das empresas, deve-se à ausência de registros de contabilidade adequados e de documentação financeira. Por parte dos bancos, origina-se na ausência de ferramentas e metodologias apropriadas para avaliar a confiabilidade de clientes potenciais” (Mytelka e Farinelli, 2005, p. 368). No Brasil, esse é também um grande problema relacionado às PMEs (Leone,1991;Leone,1995) e gera o paradoxo do “empreendedor sem crédito” (Tonholo, 2007).

Os empreendedores devem assumir riscos na direção da expansão ou da consolidação de seu mercado. “Isso é ainda mais verdadeiro quando a natureza intangível das atividades requer que qualquer inovação seja certificada e protegida, de forma a gerar

renda para os empreendedores” (Petit, 2005, p. 134). Para o autor, quanto mais informações os produtores obtiverem sobre os consumidores, maior será a capacidade de produção e reorganização da linha de produção diante da reação dos consumidores às inovações. Petit recorre às idéias de Kaldor: “se essa dinâmica de diferenciação de produto generalizada leva a ganhos de produtividade, o que, por sua vez, favorece os salários, levando à expansão da demanda, obtemos uma dinâmica cumulativa de crescimento econômico” (Petit, 2005, p. 133).

Mas o autor duvida que esse círculo virtuoso possa ocorrer. Primeiro, porque produtores externos podem também beneficiar-se dessas informações e tirar maior proveito delas que os domésticos. Segundo, a reorganização das linhas de produção busca mais economias de escopo do que de escala, objetivo que leva a outras “reorganizações da produção entre empresas (terceirização, *joint ventures*, acordos etc) e afeta a divisão dos ganhos de produtividade (...). A terceira razão pode ocorrer no descompasso entre os processos de aprendizado realizados pelos consumidores e aquele que ocorre na produção” (Petit, 2005, p. 133).

A partir dos exemplos estudados, Cassiolato e Szapiro (2003) propõem uma forma de organização dos arranjos produtivos para países em desenvolvimento a partir de dois tipos de transformações: i) uma estratégia de aprofundamento da especialização e gradual *upgrading* da produção, visando a um aumento da qualidade do produto (valor adicionado por unidade produzida), com foco em nichos de mercado, onde existirão importantes limites tanto à agregação de valor quanto à própria competitividade em longo prazo e ii) diversificação para diferentes produtos, envolvendo a reorganização da produção, estabelecimento de novas relações entre as firmas, instituições locais etc.

Nesse ponto, pode ocorrer a transformação de um aglomerado industrial monoproduto para um aglomerado industrial organizado ao longo de uma *filière*. “As ligações entre firmas (verticais e horizontais) se tornam mais intensas e surgirá o desenvolvimento de um sistema de firmas e instituições mais completo (...) É neste caso que o grau de territorialidade aumenta significativamente. Tecnologia e trabalho qualificado tornam-se intrínsecos ao sistema local” (Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 49). Isto significa que a evolução do aglomerado se dá através de mudanças verticais em direção a capacidades complementares, para frente e para trás.

O desenvolvimento econômico não é só geração de riqueza, mas também inclui a “criação de novas atividades que dão origem a mudanças qualitativas e, portanto, a mudanças na composição do desenvolvimento econômico. Por sua vez, a criação de novas atividades gera mudanças estruturais” (Saviotti, 2005, p. 291). Dentre essas mudanças, a importância, também no plano econômico, reside no papel da diversidade – também crucial no campo da cultura. Tal importância da variedade – aqui entendida como medida do grau

de diferenciação do sistema econômico – é conectada ao desenvolvimento da economia a partir de duas hipóteses:

i) o aumento da variedade é um requisito necessário para o desenvolvimento econômico a longo prazo; ii) o aumento da variedade, levando a novos setores, e o crescimento da produtividade em setores preexistentes são aspectos complementares, e não independentes, do desenvolvimento econômico. (...) Seguindo a fórmula schumpeteriana, o aumento crescente da produtividade das rotinas, que constituem o fluxo circular, cria os recursos necessários para a inovação, sem a qual o desenvolvimento econômico estancaria (Saviotti, 2005, p. 293, 294).

Seu ciclo pode ser resumido no seguinte quadro:

Quadro 3 - Ciclo virtuoso dos fatores variedade e seleção

→	
Aumento da produtividade	Atividades de busca – protótipos de novos bens e serviços
Aumento da variedade líquida (variação original – seleção concorrencial)	Novos bens e serviços – selecionados pela concorrência

←
Fonte: Saviotti, 2005, p. 294

Se, na biologia, o número de nichos (subconjuntos especializados de um *habitat* no qual apenas uma espécie pode sobreviver) que podem existir em um determinado *habitat* (gama de recursos disponíveis para uma ou mais espécies) é proporcional ao tamanho deste *habitat*, para o autor, de forma similar, na economia um nicho é um subconjunto especializado de um mercado.

Assim nichos não só podem preceder, como também podem tornar-se requisitos para a formação ulterior de um mercado. Uma nova tecnologia, por exemplo, pode não se mostrar melhor que as anteriores e, ao mesmo tempo, pode não interessar aos consumidores – e elas só o conseguirão após um tempo de acumulação do aprendizado. (Saviotti, 2005)

No entanto, se ela for direcionada para um nicho (espaço reduzido, mas com características comuns), os efeitos de acumulação do aprendizado nesse nicho podem ser mais rápidos e incrementar a dita tecnologia de forma que ela se torne acessível e interessante a um maior grupo de usuários, propiciando, ainda que lentamente, um novo mercado. Saviotti lembra ainda que o processo de criação de um nicho pode ocorrer de duas formas: através da especialização de uma tecnologia existente ou de uma tecnologia totalmente nova (inovação radical) (Saviotti, 2005, p. 309).

3.2 Cultura, economia do aprendizado e sociedade informacional

Cultura e informação ocupam lugar central tanto na expressão das características que sobressaem na relação entre cultura e sociedade informacional, quanto naquelas referentes aos agentes e aos produtos da economia resultante dessa relação.

O jogo da cultura na sociedade da informação e na economia do aprendizado é socialmente não-otimizado e justifica a intervenção do Estado – ator que se mostrou crucial, inclusive, nos aspectos gerais dessa economia. Uma eficiente política pública assegura a presença de instituições eficazes e favorece a difusão, a utilização eficiente da cultura existente ao colocar constantemente novos produtos culturais, de forma a gerar uma grande variedade de bens culturais, intermediando a origem do crescimento econômico – como visto em Saviotti (2005) e Cassiolato e Lastres (2005).

Essa situação propicia a introdução de novos bens e o crescimento da variedade de produtos culturais acessíveis precisamente porque o mercado, por si próprio, corre o risco de produzir variedade insuficiente de produtos culturais – constatação que se contrapõe diante, por exemplo, da preservação da diversidade cultural – além de favorecer sua concentração empresarial.

A cultura, surge, aqui, em seu papel chave na acumulação do capital humano e no crescimento do estoque de conhecimento, conforme sugere o QUADRO 3 (Johnson e Lundvall, 2005). Mas, para Ménard (2004), é mais revelador ainda o paralelo evidente entre a P&D (pesquisa e o desenvolvimento) e a criação artística e cultural:

Como a P&D, de fato, a criação e a produção cultural se traduzem por uma progressão constante da variedade de bens disponíveis para o consumo, pelo aumento da qualidade dos bens ou pela sua substituição a outros bens, que se tornarão obsoletos. Desse ponto de vista, é evidente que a intensa produção cultural, se ela se caracteriza por uma diversidade crescente de conteúdos, a renovação de produtos e, evidentemente, sua difusão satisfatória, serão fonte de crescimento e de progresso econômico. Nesse contexto de uma economia na qual o crescimento seja proveniente do conhecimento, o papel do Estado é importante. É ele quem vai procurar estimular a difusão do saber e, sobretudo, favorecer a descoberta de novos saberes [tradução nossa] (MÉNARD, 2004, p. 42).

Uma vez incorporado ao bem informacional, o bem cultural receberá muitas de suas características, como inovação, reprodução, experiência, coletividade, apropriação, indivisibilidade. Os bens culturais industrializados, uma vez bens de informação, vão respeitar muito pouco, diante dos bens materiais tradicionais, critérios que constituem os fundamentos da eficácia dos mercados, “como a *apropriação* (a possibilidade de um vendedor de forçar o consumidor a comprar e pagar por um bem que ele utilize); a *indivisibilidade do uso* (no qual duas pessoas não podem utilizar o mesmo bem simultaneamente) e a *transparência* (o consumidor tem um conhecimento perfeito das

características e das qualidades da mercadoria que ele compra)” (Ménard, 2004, p. 62. Grifos e traduções nossos).

Assim, diante do desrespeito à apropriação e à indivisibilidade de uso do bem cultural, o mesmo pode ser convertido em bem privado se for inscrito em um suporte material da sociedade informacional (CD, DVD). Normas jurídicas são as barreiras sociais que completam barreiras técnicas que eventualmente o consumidor pode encontrar para ter acesso a esse bem cultural privado industrializado. Mas, para Ménard, os direitos de propriedade intelectual não são mais que os meios de legalizar os efeitos dos direitos da propriedade material e regulamentar o acesso a qualquer coisa que seja intangível. “O objetivo é atingir não uma exclusão máxima, mas um equilíbrio entre os benefícios privados da exclusividade e os benefícios coletivos da difusão da informação. Há evidentemente um custo de controle considerável de semi-apropriação” (Ménard, 2004, p. 63-64). Benhamou complementa:

Os direitos autorais permitem que, a partir do consumidor, aumente a remuneração de seu criador. Dois argumentos econômicos militam em favor de seu reforço: eficiência e equidade. Os direitos autorais corrigem a incapacidade do mercado de remunerar de forma justa o trabalho do artista e, em sua ausência, a produção artística desceria a um nível inferior ao ótimo. (...) Os direitos autorais franceses diferem da concepção anglo-saxã do *copyright*. Embora reconheça ao autor um papel maior, a concepção anglo-saxã tende a partilhar esse direito com o produtor, que assume o risco econômico.” (BENHAMOU, 2007, p. 48, 49)

A inovação, uma vez protegida, estaria associada exatamente ao caráter criativo da ocupação artística, no caso do bem cultural, aumentando o risco da qualidade do produto. Exatamente por serem bens de experiência, cuja qualidade prévia é, na maioria dos casos ignorada pelo consumidor, o bem cultural também vai repassar essa incerteza fundamental quanto ao seu valor de uso ao bem de informação que o abriga.

Se o estudo do comportamento das grandes empresas (*majors*), das suas megaproduções e de sua utilização do *star system* permanece um objeto fascinante, não é menos que a contribuição mais importante à diversidade e à qualidade da produção cultural local: a presença de pequenas empresas e mesmo de criadores-produtores independentes. “Mas, em um contexto onde a atenção de um corte crítico deve ser um elemento essencial da viabilidade dessas empresas e de sua capacidade para entrar no mercado estrangeiro, será nosso dever coletivo garantir que essas empresas – e os criadores por elas apoiados – estejam, verdadeiramente, no nível para jogar o jogo delas [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p.157). As incubadoras, como espaço de inovação, podem escanear as oportunidades, garantindo a qualidade de boas marcas/empresas a ocupar o espaço inovador da franja das *majors* nas indústrias culturais, visualizando o mercado e buscando uma boa cotação (mas sem se comprometer, embora haja o risco, evidenciado pela seção sobre cadeia produtiva e ilustrado pelo QUADRO 4 adiante).

Mas um entrave para isso pode ser a informação e os indicadores desse mercado na área cultural. Especialistas no estudo das economias regionais voltados à cultura, Markunsen e Schrock (2006) apontam que o papel dos artistas é subestimado nos estudos de economia regional, muitas vezes devido à dificuldade de se mensurarem ou estabelecerem os seus indicadores, os quais, muitas vezes são escamoteados por recaírem e se diluírem em dados gerais sobre indústria local/regional, mais do que a partir de um mapeamento mais preciso acerca de suas ocupações artísticas.

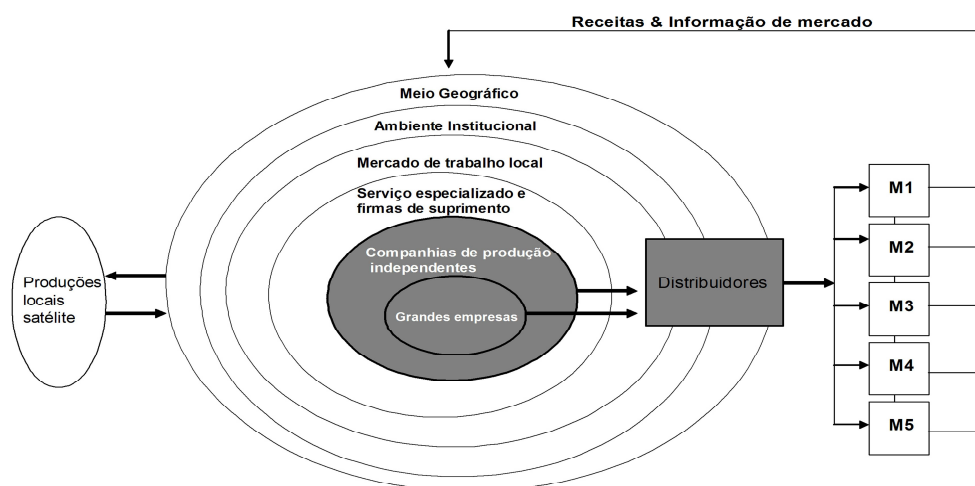
Em outro estudo, Markunsen et al. (2008) lembram que o próprio *Standard Occupational Classification* (SOC) responsável pelo detalhamento profissional no Censo dos EUA utilizava, até a década de 1940, uma classificação generalista, na qual as ocupações eram apontadas a partir de sua base industrial, daquilo que se fazia (produto), como “trabalhador de banco” ou “trabalhador de floresta”, e não base ocupacional, daquilo que se exercia (função) – o que só atingiu um nível de detalhamento maior a partir de 1999 e, ainda, não sem alguma controvérsia, como no abrangente item “artista performático, artista independente, esportista ou relacionado”. O problema também reaparece no caso do Código Brasileiro de Ocupação (CBO) 2002, por exemplo, no generalíssimo item 2625: “Desenhistas industriais (designer), escultores, pintores e afins (inclui o artesão)”.

Para Markunsen e Schrock (2006) perde-se aí uma informação importante e específica para o diagnóstico mais preciso daquilo que os autores chamam de *dividendo artístico*: o papel da arte na economia de alcances local e regional. O dividendo artístico é capaz de gerar um mercado que considera a ação econômica dos consumidores que pagam ingressos, a maioria deles habitantes da própria região (salvo grandes exceções turísticas, nas quais haja maior impacto dos visitantes). Ação econômica que pode produzir até mesmo, em alguns casos, a mencionada substituição de importações citada por Cassiolato e Lastres (2005), quando um consumidor, ao deixar de comprar, por exemplo, produtos importados nos *shoppings*, dispõe-se a prestigiar um espetáculo local.

A compreensão do *dividendo artístico* se estende também ao próprio artista, cujo raio de ação profissional pode ser externo à região (como no caso de atores e músicos, por exemplo) ou tanto externo como interno (escritores, fotógrafos, artistas plásticos) e ainda gerar capital humano – como no caso de *workshops* em que artistas preparam outros artistas, além da presença de todo tipo de trabalhador necessário ao trabalho do artista. Reitera-se o argumento do parágrafo acima ao sugerir, em Markunsen et al (2008), a possível associação de empregados das indústrias culturais a um tipo de fazer não-cultural, não envolvendo, necessariamente, tarefas criativas e aqueles pertencentes às indústrias culturais à produção, sendo uma força de trabalho autônoma e capaz de levar adiante a possibilidade de empreendimento.

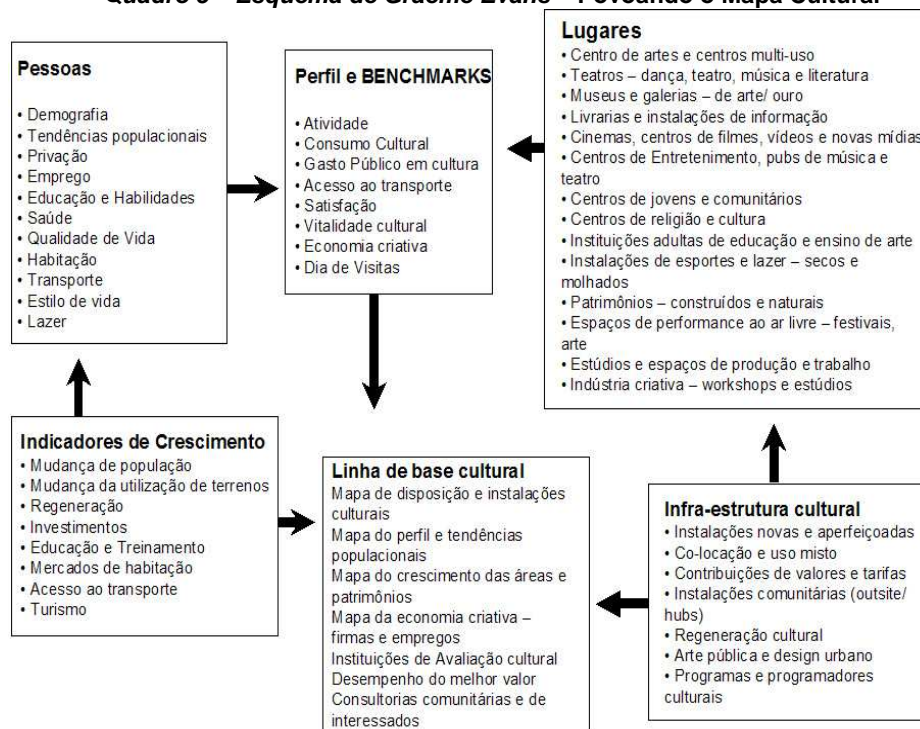
Em diálogo com o pensamento de Ménard e Markusen, os professores Scott Allen e Graeme Evans apresentam dois esquemas que refletem essa complexa relação territorial do *dividendo artístico*.

Quadro 4 - Esquema de Scott Allen sobre a ação criativa das cidades



Fonte: ALLEN, Scott J. Slide apresentado durante a conferência *Creative Cities And The Cultural Economy/Les Villes Creatives et L'economie Culturelle – concepts and policy issues*. Ottawa: *International Symposium Creative Construct*, 30 de abril de 2008. M representa cada um dos possíveis mercados da ação.

Quadro 5 – Esquema de Graeme Evans – Povoando o Mapa Cultural



Fonte: EVANS, Graeme: *Cultural opportunities and tools for Creative Cities and Communities*. Conferência. Fairmount Hotel Chateau Laurier, Ottawa: *International Symposium Creative Construct*, 29 de abril de 2008.

Embora o esquema de Allen enfatize uma cadeia produtiva criada em função das grandes empresas (e com isso incorpore todas as ressalvas já apresentadas para esse esquema), ele ilustra um fluxo de trabalho corrente em grandes metrópoles culturais estadunidenses, foco de seu estudo.

Além disso, junto ao esquema de Evans (um pouco mais complexo e não-centralizado), ambos os estudos defendem um ponto crucial: a compreensão do território em torno da qual emergem as redes de criação e interrelação culturais. Esse aspecto será reforçado por Evans no QUADRO 6 abaixo, produzido a partir de estudo sobre as experiências da Austrália e Canadá, as quais refletem tradicionalmente uma forte ação da comunidade no planejamento das ações culturais (Evans e Foord, 2008, p. 13).

Quadro 6 – Promovendo a dimensão cultural no plano territorial

Nível territorial de planejamento e de tomada de decisão	Meios de promoção da dimensão cultural no plano territorial
Região/Região Metropolitana	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer a dimensão cultural em planejamento regional • Convidar instituições ligadas à cultura para participar da governance regional • Incluir cultura e entretenimento em planos futuros de desenvolvimento regional
Cidade	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver políticas urbanas holísticas que façam a conexão da cultura com o uso do território e desenvolvimento econômico local, incluindo lazer. • Promover parcerias público-privadas para desenvolver propriedades culturais
Bairro/comunidade/distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Prover espaços culturais para a ação comunitária • Deixar espaço não planejado para a criatividade • Estimular a participação da sociedade civil

Fonte: Evans e Foord, 2008.

Analisando-se as ocupações artísticas segundo os censos estadunidenses de 1980; 1990 e 2000, comprovou-se o *dividendo artístico* nos grandes centros metropolitanos dos EUA. Ao mesmo tempo, apontou-se que as cidades, de qualquer tamanho, podem ampliar seus dividendos artísticos em três frentes (Markusen e Schrock, 2006).

Na primeira, diversificar subsídios que possam estimular ocupações artísticas, como o apoio para centros artísticos (lugares onde artistas se reúnem para compartilhar seu material e aprender maneiras de viver a partir de sua arte). Espaços de trabalho e moradia artísticos têm se transformado em âncoras importantes para muitas áreas urbanas, estão geralmente associados ao reaproveitamento de prédios históricos e à reversão de processos de decadência urbana. Outro subsídio está associado à educação pública artística e ao apoio a eventos artísticos que ajudem a levantar a visibilidade da arte e do artista na comunidade, ao mesmo tempo em que estimulem vendas relacionadas às suas obras (exposições, shows etc).

Na segunda frente, as cidades podem ser pioneiras em propor formas de conexão entre comunidades corporativas e artistas residentes, além da tradicional filantropia. Artistas podem ser vistos como talentos disponíveis: *designers* podem revisar conceitualmente um produto, escritores podem redigir manuais para trabalhadores, atores podem ajudar a expor determinados problemas com peças de teatro, pintores, fotógrafos etc podem melhorar o produto.

Contudo, em que pese o distanciamento do artista de seu foco principal, que é produzir a arte – tema que será caro a Fry (1998) e Abbing (2003) – poucos canais existem para aprimorar o estudo da produtividade desse mercado mútuo e complementar embora ele seja notório, como aponta trabalho de Markusen et al (2008) sobre o emprego de artistas em indústrias não-culturais em três grandes centros metropolitanos dos EUA (Los Angeles, Chicago e Boston): as de serviços técnicos e científicos (emprega 20% dos artistas visuais); organizações religiosas (33% dos músicos) e colégios e universidades (5% de artistas performáticos e 4% dos escritores).

Na terceira frente, governos locais e estaduais podem aprimorar critérios de financiamento público às artes. Grandes empresas tendem a receber partes desproporcionais do dinheiro público devido ao apoio bem organizado e enérgico de seu *lobby*; ao passo que pequenas, porém diversas organizações culturais, espaços artísticos ou centros artísticos recebem poucas quantias, apesar de estarem semeando e experimentando ações para futuros artistas. Aprimorar a relação institucional entre artistas, organizações artísticas e desenvolvimento econômico facilitaria esse avanço (Markusen e Schrock, 2006).

Os autores remetem ainda ao relatório de Mt. Auburn Associates (2000), *The Creative Economy Initiative: The Role of the Arts and Culture in New England's Economic Competitiveness*, e identificam três componentes: i) o *cluster* criativo, definido como aquelas empresas e indivíduos que, direta e indiretamente, produzem produtos culturais (indústrias comerciais e sem fins lucrativos); ii) a força de trabalho criativa, definida como os pensadores e fazedores treinados em perfis culturais e artísticos que conduzem o sucesso de indústrias de ponta que incluem, mas não são limitadas, à arte e à cultura (ocupações em setores sem fins lucrativos e comerciais) e iii) a comunidade criativa, definida como uma área geográfica com uma concentração de trabalhadores e negócios criativos, bem como organizações culturais.

Markusen também aponta que são muito comuns ainda *referral centers* (centros de referência) de arte, nos quais os artistas buscam e encontram informações relevantes para resolver ou minimizar dúvidas a respeito de algo relacionado à sua produção.

3.3 Terceira proposição: economia do aprendizado e incubadoras artístico-culturais

O entendimento dos processos de coordenação das atividades ao longo da cadeia produtiva, bem como os modos de induzir a sua transformação em qualquer tipo de aglomerado empresarial, mostraram-se relevantes. Compreender e promover essa indução são ações essenciais (poderíamos dizer indispensáveis, no que tange às incubadoras, especialmente as artístico-culturais), o que não quer dizer que ela só se torne legítima ou viável, quando se integra a uma cadeia global, seja real ou potencial, de exportação. Ao contrário, acredita-se que o melhor alcance global será conquistado a partir do momento em que a dimensão local estiver mapeada e consolidada (como visto em Cassiolato, Szapiro e Campos e, mais especificamente no contexto cultural, em Evans, Markunsen e Schrock). Daí a importância da inovação diante da competitividade. O desdobramento do problema e das potencialidades do local é que vão gerar a base para uma ação sistêmica inovadora em âmbito nacional, gerenciada – mas não imposta – pelo Estado.

A concepção dos nichos de Saviotti aqui descrita se aproxima muito da questão das duas lógicas comerciais de Bourdieu (2005), em que ele utiliza, ao invés da inovação tecnológica, a inovação artística como fator determinante para a criação de uma empresa de ciclo longo (maior inovação e risco artístico) e ciclo curto (menor inovação e risco artístico). Assim, quanto maior for o diagnóstico de nichos ou viveiros, maior a chance de variedade, em especial se através da especialização, estimulada ou induzida, na área da ocupação artística.

Exatamente por esta combinação de fatores – incerteza, inovação e a possibilidade de baixo lucro – há, no seio da economia da informação do bem cultural, a delegação desse risco às pequenas e médias empresas, ou, como sugere Benhamou “aos azares da independência”. Os grandes grupos adquirem as marcas de maior prestígio e lhes concedem uma autonomia relativa que lhes permita até certo ponto continuar exercendo sua capacidade de inovar, numa reapropriação da dupla lógica apregoada por Bourdieu (2005). Assim, o crescimento externo constitui o modo mais seguro de enriquecimento de catálogos.

As companhias mais importantes tendem a deixar uma grande parte da inovação sob a responsabilidade de sua franja, mesmo ajudando, algumas vezes, a criar empresas. Atentas, porém, às novidades da criação, procuram apropriar-se delas assim que o mercado é criado. Desse modo, as pequenas empresas desempenham o papel de *‘laboratório coletivo’*, de *viveiro da criação*: no setor editorial francês, no qual representam, porém, apenas 0,5% do faturamento, produzem um quarto das edições e uma parte ainda mais importante dos títulos novos, sobretudo no campo das traduções. Muitas vezes adotam estratégias de *nicho*, especializando-se em áreas pouco ocupadas pelos grupos, de maneira a atrair uma clientela cativa e firmar sua reputação. A exigüidade do capital necessário para dar início a um negócio e a possibilidade de recorrer a redes de divulgação/distribuição externas são incentivos à criação de empresas. Os obstáculos ao desenvolvimento surgem depois, do que resulta um pequeno índice de sobrevivência de empresas novas. É grande a dificuldade,

particularmente, para fidelizar autores, diante de mercados caprichosos e por vezes estagnados ou em declínio (BENHAMOU, 2007, p. 127, grifos nossos).

Se Lastres e Arroio (2005) ressaltam que a difusão das TICs acelerou e aprofundou a codificação do conhecimento e a disseminação da informação, a mão-de-obra engajada na produção de bens materiais, por sua vez, tornou-se menor do que aquela empregada na produção, distribuição e processamento de bens intangíveis. Além disso, há um significativo aumento na produção de conhecimentos codificados no valor de bens e serviços. Mas os autores recorrem a uma contraposição proposta por Milton Santos: muitas vezes se troca o *modo*, a característica de uma nova fase, pela *moda*, uma interpretação parcial e tendenciosa do fenômeno. Recorrendo a uma interessante metáfora, os autores lembram que sempre há o perigo da imposição de modelos e o leito de Procusto⁸ pode prejudicar os sistemas de inovação em países em desenvolvimento.

Os erros em políticas de desenvolvimento devem-se ao não estendimento completo de sua concepção e aos modismos que fazem com que idéias, em geral interessantes, sejam tratadas superficialmente. Por trás de quaisquer modismos – que enfatizaram a criação de pólos e parques, incubadoras, distritos industriais e arranjos produtivos – há concepções bastante interessantes, que muitas vezes foram desconsideradas por causa da ansiedade para implementar ações rápidas. É necessário lembrar também que a incorporação de novos conceitos, modelos e instrumentos está longe de ser trivial e demanda mudanças de cultura e aprendizagem institucional, principalmente por parte dos formuladores e implementadores das novas políticas. “Incluem-se neste caso tanto os pesquisadores e outros profissionais que atuam na área, quanto os indivíduos e agências encarregados de definir, implementar e avaliar políticas”. (Lastres et al, 2005, p. 43)

As ações sistêmica e local defendidas pelos autores convergem para a idéia de “modelos de sistema”, que reúnem as proposições apresentadas, pois deixam explícito o argumento de que, do mais rudimentar ao mais bem articulado, onde houver produção de bem ou serviço haverá um arranjo em seu entorno, envolvendo atividades e atores relacionados à sua comercialização, assim como à aquisição de matérias-primas, máquinas e demais insumos. “A quantidade de arranjos existentes (...) são incompatíveis com modelos genéricos que utilizam idéias de *benchmarking* e *best practices*” (Cassiolato e Lastres, 2003, p. 31).

Por isso a proposição de visão neo-schumpeteriana, na qual “a capacidade de gerar inovações é o fator chave na competitividade sustentada de empresas e nações, diversa da

⁸ Os autores recorrem à mitologia grega para metáfora dessa inadequação das políticas para micro e pequenas empresas. Procusto é um salteador que convidava os viajantes a um pouso em sua casa, antecedido por farta recepção. Cansadas, as vítimas eram obrigadas a se deitar em um leito de ferro e, se ultrapassassem o seu tamanho, teriam os pés cortados; caso contrário, elas teriam os mesmos esticados até que ficassem na medida exata do leito.

competitividade espúria baseada em baixos salários e exploração intensiva e predatória de recursos naturais” (Cassiolato e Lastres, p. 31-32). Da mesma forma, deve-se evitar o argumento de um pensamento hegemônico globalizado, no qual “o principal critério de sucesso é a capacidade de fazer face ao *benchmarking* internacional. Uma das conseqüências dessa tendência é que a distinção interna e externa para a ciência, tecnologia e inovação se tornou nebulosa e a importância de ‘construção de capacidades nacionais’ foi diminuída” (Arocena e Sutz, 2005, p.407). Para os autores, o quadro se complica ainda mais, quando os próprios governos desconsideram as capacidades inovativas nacionais, preferindo importar soluções – precisamente o aspecto crítico enfatizado também neste capítulo.

Assim, retomando o cenário descrito, podemos dizer que, nesse sentido, uma investigação junto às incubadoras artístico-culturais deve considerar as seguintes ações:

- i) Compreender a diversidade cultural como um dos instrumentos importantes para a detecção e manifestação de nichos e/ou viveiros artísticos e, neles a ocorrência de alguma das lógicas econômicas apontadas por Bourdieu.
- ii) Aprender e inovar, e não simplesmente adquirir novas tecnologias e equipamentos ou acessar informações, sob o risco de não explorar adequadamente as possibilidades de seu *know how*, *know who* e conhecimento tácito⁹.
- iii) Promover e gerar localmente processos que estimulem o aprendizado e a acumulação de conhecimentos e, acrescentaríamos, em que medida esse conhecimento circula dentro do próprio ambiente da incubadora, especialmente a artístico-cultural, uma vez que ela possa diferenciar-se das outras exatamente por permitir maior diversidade de artistas e não o foco em um produto industrial no qual, por exemplo, um valor tecnológico de patente é que será relevante.
- iv) Definir o perfil predominante de uma incubadora artístico-cultural: se sua ênfase recai na *instituição* (empresas tradicionais, como artesanato, por exemplo, complexas ou grandes empresas); se há uma ênfase no *mercado* (cadeia produtiva: dirigidas pelo comprador – empresas mais negociantes que

⁹ Johnson e Lundvall definem as três acepções da seguinte forma: *Know-how* - conhecimento pessoal na forma de capacidades, baseadas na experiência, para interpretar e dar sentido a complexos padrões emergentes, em especial e cada vez mais na seleção e no uso da informação. *Know-who* – diante do acesso crucial a fontes diferenciadas do conhecimento, o *know-who* envolve a informação sobre ‘quem sabe o quê’ e ‘quem sabe o que fazer’, além da capacidade social de cooperar e de se comunicar com diferentes tipos de indivíduos e especialistas. *Conhecimento tácito* – O conceito de conhecimento tácito implica não ser possível separar o conhecimento e o seu portador (um indivíduo ou uma organização). O conhecimento tácito só pode ser acessado por meio da contratação de pessoas qualificadas ou da fusão com outras organizações. Não pode ser transferido e vendido como item individual nos mercados. Na economia do aprendizado, o ritmo das mudanças é elevado e elementos tácitos permanecem no cerne do conhecimento individual, como também do conhecimento coletivo (JOHNSON e LUNDVALL, 2005, p. 103).

fabricantes; organizador de redes produtivas descentralizadas ou dirigidas pelo produtor, normalmente grandes corporações e, novamente, os riscos da *glocalização*) ou se ela prioriza uma ênfase em *território* (ou seja, ativos, incluindo práticas e relações, não estão disponíveis em outros lugares e não podem ser facilmente ou rapidamente criadas ou imitados em lugares que não as têm).

- v) Considerar a inovação, uma vez inerente ao processo artístico e associada ao carácter criativo da ocupação artística, em sua condição de presença, certificação e proteção (como propriedade intelectual e direito autoral), mas também as condições para sua criação.
- vi) Detectar as possibilidades de acesso ao crédito e ao financiamento, não só no que diz respeito às PME's – “o empreendedor sem crédito” – envolvidas na incubação cultural, mas também os vetores de financiamento da *própria* incubadora.

Este capítulo examinou as características da educação do aprendiz a partir da descrição do cenário da sociedade informacional, procurando destacar parte dessas características para a análise das incubadoras artístico-culturais. No próximo capítulo, a contribuição a essa análise também virá da economia, mas através, especificamente, da revisão e da enumeração das peculiaridades econômicas das obras artísticas, através das quais teremos um complemento aos cenários e problemas apontados por Markusen e outros a partir da discussão do dividendo artístico, da ocupação profissional e da dimensão territorial de ação do artista.

4 CULTURA COMO UM BEM ECONÔMICO

De acordo com Tolila, “ao desinteresse dos economistas pela cultura respondeu, em grande medida, o desinteresse dos atores culturais pela economia” (Tolila, 2007, p. 17-18). É sob a tentativa de aproximação entre os dois campos que o presente capítulo aborda a cultura como um bem econômico, viés de análise hoje mais conhecido como economia da cultura (ou do *setor cultural*, como sugere Tolila, 2007) a partir da revisão de seu aspecto histórico, conceitual e ainda ao enumerar as principais características dos mercados culturais propriamente ditos, como aqueles vinculados às obras únicas e reproduzíveis.

O capítulo traz cinco seções principais, incluindo-se as proposições finais, assim distribuídas: Economia da cultura e economia clássica; Economia da cultura e Indústria Cultural; Economia da cultura e as obras únicas e reproduzíveis e Economia da cultura e financiamento público das artes. Ao final, um novo conjunto de proposições para as incubadoras artístico-culturais foi incorporado à análise, apontados a partir das seções aqui abordadas.

4.1 Economia da cultura e a economia clássica

Towse (2003a) apresenta a seguinte definição de economia da cultura:

A economia da cultura é a aplicação da economia à produção, distribuição e consumo de todos os bens e serviços culturais. (...) O que todos os bens e serviços culturais têm em comum é que eles contêm um elemento artístico ou criativo. Bens culturais são objetos tangíveis, como uma obra de arte ou um livro; os demais são serviços intangíveis, como uma performance musical ou uma visita a um museu. Alguns são produtos finais oferecidos aos consumidores; outros são produtos e serviços que vão para a produção de outros produtos culturais ou de encontro a uma produção não cultural: um CD pode ser vendido ao consumidor, tocado no rádio (...) ou tocado dentro de uma loja de esportes. Alguns bens culturais são duráveis, como um quadro em um museu ou um vídeo; outros, especialmente performances artísticas, existem apenas por um particular período de tempo. Noves fora o elemento cultural, o que os bens culturais têm em comum com outros bens e serviços é que sua produção utiliza recursos como trabalho e capital (...) Mas muitos produtos e serviços culturais são vendidos no mercado, enquanto outros são cobertos por políticas públicas e oferecidos gratuitamente. (...) Dependendo do tipo de benefício oferecido, quanto menor o apelo de público do produto ou serviço cultural, maior pode ser a interferência do Estado seja para promovê-los diretamente, ou controlar sua produção e distribuição por regulação [tradução nossa]. (TOWSE, 2003a, p. 01-02)

A autora também aponta que a produção sistematizada de artigos e estudos dedicados à economia da cultura é relativamente recente. O primeiro estudo atribuído ao campo remonta a 1965, quando a Fundação Ford preocupou-se com problemas relacionados a diversos estabelecimentos na Broadway: custos altíssimos, aumento de cachês, queda de produções e fechamento de teatros. Os economistas Baumol e Bowen produziram um diagnóstico da situação e no ano seguinte apresentaram o precursor livro

Performing arts: the economic dilemma sobre a economia da cultura nas artes performáticas, que discutiremos adiante.

Mas parece ser consenso entre vários autores como Towse (2003a); Ménard (2004), Reis (2007), Tolila (2007) e Benhamou (2007) que não só a cultura tenha sido pouco explorada pelos economistas clássicos, como esse interesse da cultura pela economia tenha começado a surgir timidamente após a II Guerra Mundial – quando a Escola de Frankfurt, por exemplo, apresentou o conceito de indústria cultural – até alcançar os estudos mais sistematizados a partir do final da década de 1960. Rantisi e Blackman (2005) também apontam, a partir de estudo da socióloga Lily Kong, que os anos 1950 e 1960 marcaram um período no qual as artes eram vistas mais como *reflexo* do que como *contribuição* ao desenvolvimento econômico. Era dada uma ênfase à profissionalização das artes e a subsídios, em especial às manifestações e instituições da alta cultura, como museus, teatros e sinfônicas.

Apesar da administração ser estudada desde o final do século XIX, ela só vai se interessar pelo campo cultural a partir de 1970 (Colbert, 2003a). O início da publicação do periódico estadunidense *Journal of Cultural Economics*, em junho de 1977, foi outro momento importante. Mas Towse (2003a) aponta que é só na década seguinte que, sem exceção, ocorrem as primeiras coletas governamentais de dados sobre economia da cultura com o objetivo de estabelecer políticas culturais mais bem definidas. Apesar de coletar informações sobre práticas culturais dos quebequenses desde 1979, é em 1987, por exemplo, que se tem o início sistemático das pesquisas em cultura no Quebec (Garon, 2004; Lemieux, 2002), mesmo ano, aliás, em que se cria a primeira incubadora cultural nos EUA (Gerl, Millerupton e Erlewise 2000). No Brasil, o início dessa sistematização de dados irá acontecer também nos anos 1980.

Em 1982, a ONU, através da Unesco, realiza seu primeiro encontro sobre políticas culturais, o *Mondiacult*, iniciativa que culminou na importante declaração sobre diversidade cultural promulgada em 2005. Entre os anos 1970 e 1980 a cultura se reconfigura, agora como bandeira de construção de uma identidade nacional, comunitária, étnica e, conseqüentemente, política. Há maior inclusão da cultura popular e, como visto, o início das discussões sobre a diversidade cultural (Rantisi e Blackman, 2005).

Só mesmo a partir dos anos 1980 é que os laços entre cultura e economia vão ser formalmente reconhecidos e a década se notabiliza pelo início dos estudos regionais sobre economia da cultura, através de pesquisas que enfatizam os territórios, procurando mensurar o impacto e a importância da arte na economia das cidades (Towse, 2003; Rantisi e Blackman, 2005; Markunsen et al, 2008).

O crescente interesse por tais estudos é explicado pela forte corrente de desindustrialização de diversos produtos e serviços para os quais o fator cultural contribuirá

com um papel de diferenciação. Como a maioria das atividades culturais era concentrada nas cidades, políticos locais também identificaram as indústrias culturais como um componente para uma agenda econômica, em especial aquela ligada ao turismo. Mas o crescente interesse pelas indústrias culturais coincide com outro momento: a queda do orçamento público. “O apoio governamental para as artes, visto durante muito tempo como subsídio, tornou-se um alvo fácil neste período de governos neoliberais” (Rantisi e Blackman, 2005). Isso propiciou um argumento econômico para o investimento artístico vinculado aos interesses do setor privado para a evidência do lucro no financiamento à cultura. Tais ações visavam a produtos e serviços, os quais, muitas vezes, facilitavam a ascensão de obras não necessariamente artísticas.

Assim, o campo da economia da cultura é um campo relativamente recente. Ménard (2004) sugere que o desinteresse possa ser explicado pela própria economia, uma vez que a cultura sugere alguns problemas às teorias econômicas clássicas, como veremos adiante. “Quando os economistas abordam a questão, o fazem muito freqüentemente por interesse pessoal pelos objetos artísticos ou de modo parcial, mesmo anedótico, com o objetivo de sublinhar casos de exceção à teoria dominante [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 15). Ainda assim, caberia nesse momento apontar algumas importantes considerações desses autores da economia clássica sobre a cultura, como Say, Smith e Ricardo, bem como os contrapontos prometidos e, da mesma forma, caberia apresentar o conceito e as contraposições ao termo indústria cultural.

Say, por exemplo, afirmava que a propriedade de fundos produtivos, seus lucros, a liberdade de usar esses fundos e a prosperidade fossem indissociáveis. Para Say, toda produção de bens, ou seja, toda oferta, necessita do emprego de trabalhadores que recebam uma remuneração, utilizada, em seguida, para adquirir outros bens. A oferta de um bem provocará a demanda por um outro bem, ou “a oferta cria sua própria demanda”, no conhecido bordão econômico. “Mas os clássicos, fortemente influenciados pela revolução industrial nascente, consideraram que só a produção de bens materiais poderia enriquecer a nação. O trabalho dos artistas era assim qualificado de improdutivo [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p.15).

Era considerado improdutivo o trabalho que não se fixasse, nem se aplicasse a qualquer objeto ou coisa que pudesse ser vendida. Entre os trabalhadores improdutivos, se incluíam os criados, funcionários, eclesiásticos, advogados, médicos, e mesmo os homens de letras, atores, palhaços, músicos, cantores e dançarinos de ópera, porque “o trabalho de qualquer dessas pessoas, mesmo da categoria mais medíocre, tem um certo valor, regulado exatamente pelos mesmos princípios que regulam o de qualquer outro tipo de serviço; e aquela das mais nobres e úteis nada produz que pudesse posteriormente comprar ou obter uma quantidade igual de trabalho” (Smith, 1996, p.334). Para Smith, da mesma forma como

ocorre com a declamação de ator, a fala do orador ou a melodia do músico, o trabalho destes artistas se exaure no próprio instante de sua produção.

Embora esse aspecto apontado por Smith explique muitos dos atuais problemas relacionados às artes performáticas, o treinamento duro, a baixa taxa de casos de sucesso, a carreira de risco, o preconceito e os contratos de curto prazo parecem ser historicamente inerentes à escolha artística. Essas características do emprego artístico podem conduzir a uma escolha racional e individual por outras carreiras, mas como sugere Smith em outro trecho de *A riqueza das nações*, há uma recompensa não monetária e pecuniária pela persistência do artista em se manter: a admiração pública.

Existem alguns belos e apreciáveis talentos, que provocam uma espécie de admiração em relação àqueles que o possuem; mas o exercício desses talentos por amor ao lucro é considerado, quer com razão ou por preconceito, uma espécie de prostituição pública. A remuneração pecuniária, portanto, daqueles que exercem tal profissão deve ser suficiente não somente para pagar o tempo, o trabalho e a despesa de adquirir os talentos, como também para o descrédito que envolve o seu emprego como meio de subsistência. Os honorários exorbitantes pagos a atores, cantores de ópera, dançarinos de ópera etc estão fundamentados nesses dois princípios: a raridade e beleza dos talentos e o descrédito de empregá-los dessa maneira. Salta à vista que seria absurdo menosprezar suas pessoas e, não obstante isso, remunerar seus talentos com prodigalidade tão excessiva. Fazendo uma coisa, porém necessariamente fazemos a outra. Se a opinião ou o preconceito público algum dia mudassem em relação a essas ocupações, sua remuneração pecuniária logo diminuiria. Seriam mais numerosas as pessoas que as abraçariam, e a concorrência logo reduziria rapidamente o preço de seu trabalho. Esses talentos, embora estejam longe de ser comuns, de forma alguma são tão raros como se imagina. Muitas pessoas os possuem à perfeição, mas desdenham em utilizá-los; e muitas vezes seriam as capazes de adquirir tais talentos, se com eles se pudesse fazer algo digno de respeito. (SMITH, 1996, p. 153-154)

Ricardo, por sua vez, reitera o ponto smithiano da raridade e da beleza da produção artística, relacionando-a ao clássico problema econômico no qual algumas mercadorias têm seu valor determinado somente pela escassez. “Nenhum trabalho pode aumentar a quantidade de tais bens e, portanto, seu valor não pode ser reduzido pelo aumento da oferta” (Ricardo, 1996, p. 24), referindo-se, por exemplo, a estátuas e quadros famosos, livros e moedas raras, vinhos de qualidade peculiar, feitos a partir de uvas de quantidade limitada cultivadas em terras especiais. Seu valor é totalmente independente da quantidade de trabalho originalmente necessária para produzi-los e oscila “com a modificação da riqueza e das preferências daqueles que desejam possuí-los (...) Ao falar, portanto, das mercadorias, de seu valor de troca e das leis que regulam seus preços relativos, sempre nos referiremos somente àqueles mercadorias cuja quantidade pode ser aumentada pelo exercício da atividade humana, e em cuja produção a concorrência atua sem obstáculos” (Ricardo, 1996, p.24).

Confrontada com a cultura, a economia clássica, portanto, não consegue enquadrá-la perfeitamente em seus padrões e se vê diante de alguns problemas. Os principais são tratar os bens culturais como exceções à teoria do valor, ligado à quantidade de trabalho

incorporada ao bem e considerar o consumidor como um ser exclusivamente racional, capaz de mensurar suas escolhas a partir de suas restrições de renda. Quando se rompe a distinção entre bens materiais e imateriais, cuja medida do valor vem da utilidade percebida pelos consumidores, pouco importa que ele seja resultado de um trabalho produtivo ou improdutivo. “Passamos de uma base de valor que se quer objetiva (o valor trabalho) a uma base subjetiva (a utilidade percebida) estando de acordo com a fonte e as preferências de cada um” (Ménard, 2004, p. 20-21). Parte-se da hipótese de que a utilidade, isto é, a satisfação que obtenha com seu consumo, decresce proporcionalmente ao aumento desse consumo: e sabemos que “os consumos culturais não se prestam muito a esse tipo de análise. Algumas vezes, o bem cultural é coletivo: nada impede que vários visitantes de um museu sintam prazer ao mesmo tempo na contemplação de um quadro, salvo no caso de aglomeração de muita gente na sala” (Benhamou, 2007, p. 29-30).

A visão econômica padrão dificilmente dá conta dos comportamentos reais humanos sociais e psicológicos. Tais dificuldades são ainda muito importantes, como aquelas relacionadas ao domínio cultural: é impossível, *a priori*, determinar as características ou qualidades objetivas de um bem cultural (ler um livro ou escutar um disco para saber o seu valor cultural)

até porque o valor atribuído a um bem cultural varia grandemente de um consumidor a outro e ele varia mesmo, de tempos em tempos, em um mesmo consumidor. A cultura constitui um cimento social vital para que uma cultura comum partilhada pelos cidadãos seja uma condição necessária à coesão e à vitalidade de uma nação. (...) Isso explica as intervenções significativas dos poderes públicos em favor das atividades culturais, cuja intervenção diz respeito não somente às artes tradicionais cronicamente deficitárias, mas também, cada vez mais, às indústrias culturais, particularmente às pequenas empresas que enfrentam a concorrência dos bens culturais provenientes do exterior. Assim, são numerosos aqueles que afirmam que, em razão da natureza simbólica dos bens culturais, não se possa considerá-los como bens iguais aos outros [tradução nossa] (MÉNARD, 2004, p. 24-25).

O autor lamenta que a maioria dos economistas de nosso tempo adira ainda ao *corpus* teórico da teoria neoclássica, que implica um apoio à crença da regulação eficiente do mercado e de uma intervenção mínima do Estado. Ménard lembra que Keynes, colecionador de obras de arte e principal responsável por constituir o Conselho de Arte Inglesa imediatamente após a II Guerra, se posicionava na contramão das teorias dominantes de sua época e defendia a intervenção estatal para conter a demanda agregada. Apesar disso, Keynes nunca desenvolveu uma abordagem econômica específica da cultura, mas fazia parte de uma comunidade informal de artistas e intelectuais, o Grupo Bloomsbury, que reunia nomes como o dos escritores Leonard e Virgínia Woolf, pintores como Duncan Grant e Vanessa Bell e críticos de arte como Clive Bell e Roger Fry, o qual, além de historiador, era também *marchand*. Fry era dono da Omega Workshops,

responsável por apresentar ao universo inglês duas exposições de pós-impressionistas como Cézanne, Matisse, Van Gogh, Picasso nos anos de 1910 e 1912.

Humanista e sensível às questões da arte e do mercado, Fry se tornou também uma espécie de pioneiro no campo da economia da cultura ao publicar na Hogarth Press do casal Woolf o ensaio *Art and Commerce*, em 1926. No texto, Fry tenta estabelecer o que seja o mercado para arte e o que as pessoas pensem ser o mercado para arte – que ele, na verdade, chama de mercado de ofícios.

Nós temos uma palavra, artefato, para qualquer objeto criado pelo homem como oposição aos objetos de formação natural, mas nós não temos nenhuma palavra para qualquer objeto feito pelo homem para outros propósitos que não as necessidades vitais, nem temos uma palavra para a classe de homens que fazem tais objetos. À espera de melhores palavras, eu proponho aqui adaptar a palavra latina *opifex* [deriva, assim, da combinação latina *opus* (obra ou coisa) e *facio* (fazer)] às palavras *opífice* (*opificier*) e *opifício* (*opifact*). Um opifício, assim, é qualquer objeto feito pelo homem não para seu uso direto, mas para a gratificação daqueles sentimentos e desejos especiais das mais variadas formas de ostentação (...). Para todos os objetos que eu chamaria – neste momento – de opifícios eu usaria a palavra *opífice* para aqueles que os fabricam. Então eu retiraria da classes dos opifícios aqueles objetos nos quais podemos traçar uma qualidade particular, uma qualidade para expressar uma emoção particular, a qual chamamos emoção estética, e eu chamaria esses objetos de obras de arte. E retiraria da larga classe dos opífices aqu eles trabalhadores que, tendo essa emoção muito forte, procurem expressá-la em seu trabalho, e eu os chamaria de artistas. Enquanto os seres humanos são tão estabelecidos que solicitam sempre um grande número de opífices que produzem uma grande variedade de opifícios, a sociedade pode ser confortavelmente e seguir por um tempo indefinido, sem a existência de artistas ou obras de arte, no sentido em que agora eu atribuo a essas palavras [tradução nossa] (FRY, 1998, p. 50).

Assim, os trabalhos artísticos seriam apenas uma parte dos opifícios produzidos em qualquer sociedade, em qualquer tempo, mas a proporção de trabalhos artísticos em relação aos opifícios (*opifacts*) ajudaria a determinar a qualidade de uma civilização. Da mesma forma, a proporção de artistas entre os opífices (*opificers*) é um determinante crítico do progresso humano (Goodwin, 1998, p.45).

Os opifícios estão relacionados ao homem primevo, que, para ser aceito como guerreiro, por exemplo, tinha que mostrar os espólios de sua bem-sucedida caçada. Espécie de troféus expostos que falavam sobre a posição social de sua própria pessoa, mulheres e filhos, “o cavalheiro é conhecido pelas indiretas – ora explícitas, ora sutis – com que comunica ao mundo o que possui e porque pertence a determinada classe” (Fry, 1998, p. 51) através de opifícios de todo o tipo (quanto mais raro e caro, melhor).

Fry atesta que, de fato, o opifício é, no fundo, um ato de propaganda com a idéia de criar algo de grandeza e importância na mente das pessoas e que não se restringe ao indivíduo. Instituições de todo o tipo a adotam à risca: bancos com suntuosos escritórios em mármore, prefeituras com fachadas gloriosas que trazem pinturas que contam sua história, cortes da justiça e seus memoriais à entrada, templos religiosos. Para Fry, a única compensação da industrialização para os artistas é que eles poderão ser empregados na

criação de materiais de propaganda como esses – uma antecipação crítica, talvez, de um dos problemas ligados àquilo que Adorno e Horkheimer (1986) tratariam mais de vinte anos depois com a publicação, em 1947, de *Dialética do esclarecimento: as mercadorias culturais e, mais amplamente, a indústria cultural* – nosso próximo tópico de análise.

4.2 Economia da cultura e indústria cultural

Além de Marx, outros filósofos – mas nenhum outro economista – contribuíram para as idéias da Escola de Frankfurt, em especial àquelas presentes em *Dialética do esclarecimento*, tais como Kant (as reflexões estéticas presentes em sua *Crítica do juízo*, por exemplo), Hegel (o conceito de dialética e sua aplicação na contemporaneidade), Freud (dentre vários conceitos da psicanálise aplicados ao pensamento estético emerge o próprio fetichismo, retrabalhado por Marx, além das reflexões sobre a sublimação, a pulsão e a própria *kultur* presentes em seu livro *Mal-estar na civilização*) e Nietzsche.

Outra importante referência para o pensamento frankfurtiano foi Benjamin, que em um de seus brilhantes ensaios, afirma que a obra de arte perde gradativamente seu valor de culto (presente em sua origem religiosa) para um valor de exposição à medida que, por exemplo, seja submetida a processos de reprodutibilidade técnica (Benjamin, 1994b). Assim, em um mundo onde, historicamente, a arte gradativamente ganha o *status* de diversão e não de conhecimento, há um tênue limite entre o produto artístico e a mercadoria e, portanto, deve-se propor a construção de uma nova percepção estética. Benjamin também afirma que as mudanças tecnológicas criam novos padrões de consumo e percepção de novos produtos, sejam eles mercadorias culturais ou obras de arte e essa distinção será cara ao pensamento frankfurtiano – e também a este trabalho.

É em *Dialética do Esclarecimento* que aparece, pela primeira vez na história, o termo indústria cultural – que, não por acaso, traz como subtítulo “o esclarecimento como mistificação das massas”. O aspecto ideológico ligado à crença e ao culto, seja mitológico ou religioso, que acompanhou o homem ao longo de toda sua história não foi exorcizado pela ascensão da ciência e da tecnologia ao centro do conhecimento; pelo contrário: uma nova e mais poderosa mitologia foi criada naquilo que os autores qualificam como “emergência da natureza irreconciliada”, ou seja, uma espécie de eclosão rígida e inexorável do substrato natural que o homem pretendeu submeter desde a pré-história. “Num momento em que os meios tecnológicos são capazes de dominar inteiramente a natureza, a barbárie que a ela se associava emerge num âmbito em que não era esperada: no da própria *práxis* humana” (Duarte, 2004, p.33, grifo do autor).

A Escola de Frankfurt, da qual teóricos como Adorno e Horkheimer são os principais representantes, parte do ponto em que a proposta iluminista deveria avançar. Analisam o

tempo da cultura (e em alemão o termo *kultur* se refere não só à cultura, mas também à civilização) sob o ponto de vista da história de sua reificação ao cabo da qual lamenta a não-realização da promessa do esclarecimento iluminista (com o perdão do pleonasmo): a emancipação crítica do homem diante da indústria cultural e seus produtos como Victor Mature ou Mickey Mouse. Ao invés de se aproximar da arte e da filosofia, a *kultur*, gradativamente, opta por um projeto tecno-militar e de consumo, hoje em evidência, colocando em xeque o projeto iluminista de conhecimento conforme advertido anteriormente neste trabalho.

Tal projeto, ao se associar ao capitalismo tardio do século XIX, promove uma revolução tecnológica na qual “foram redefinidas as condições de produção e reprodução da cultura, fazendo com que qualquer conteúdo artístico ou cultural se torne mercadoria” (Freitag, 1989, p. 56). Assim, a indústria cultural se afirma como sendo a “forma *sui generis* pela qual a produção artística e cultural é organizada no contexto das relações capitalistas de produção, lançada em circulação no mercado e por este consumido” (Freitag, 1989, p. 56). A indústria cultural retira a dimensão aurática da cultura, experimentada antes da era de sua reprodutibilidade técnica em massa. Seus produtos não engrandecem e nem mesmo ela democratiza o acesso cultural. Sua função é entorpecer, comercializando bens culturais como se fossem outra mercadoria qualquer, de baixa qualidade, alienando as pessoas das mazelas exploratórias do sistema capitalista de produção e criando a ilusão de que os indivíduos vivem no melhor dos mundos. Uma sinfonia de Mozart, exemplo de alta cultura no século XIX, se torna um simples produto no século XX, sugerem os frankfurtianos, ao ser tocada em bares e vendido sob a lógica de qualquer outro item de consumo.

Os mitos e as grandes narrativas – como uma sinfonia de Beethoven ou um texto de Shakespeare – apesar de suas vinculações ao poder, propiciavam um desfrute do belo ou produziam uma inquietação estética que culminava em algum processo de reflexão. Os mitos e narrativas contemporâneas não são mais capazes de provocar tal efeito, uma vez que, através da indústria cultural, foram transformados em mercadorias culturais. Para esses teóricos, o próprio fato de a cultura ter se incorporado à industrialização mostra apenas mais um sinal de fraqueza da sociedade atual, que adia o retorno ao seu estágio de emancipação, apostando em um processo inverso: o da coisificação do espírito. Enquanto em outros tempos, o xamanismo dotava as coisas de uma alma; a indústria e, por extensão, a indústria cultural, ao contrário, coisifica as almas (e são precisamente os frankfurtianos que, nesse ponto, recorrem à análise de Marx sobre o fetichismo).

A distinção frankfurtiana entre arte e mercadoria cultural se atém, dentre outros, aos seguintes pontos:

- i) *padronização*: a produção em série de mercadorias culturais com o intuito de atender e satisfazer aos consumidores, buscando uma quantificação completa de seus procedimentos (filmes A e B, por

- exemplo, têm mais a ver com as fatias de público do que, propriamente, com seu conteúdo);
- ii) tal processo *esquemático* norteia a própria recepção dos produtos, permitindo criar a ilusão de “um mundo que não é o que nossa consciência espontaneamente possa perceber, mas o que interessa ao sistema econômico e político no qual se insere a indústria cultural” (Duarte, 2004, p. 39);
 - iii) caráter *monopolista* permeia a composição cada vez maior dos conglomerados responsáveis pela indústria cultural, característica típica do capitalismo tardio e bem distante daquele do pequeno empreendedor do passado;
 - iv) *conversibilidade*, na indústria cultural, da dita arte erudita em entretenimento ou o contrário, “sempre no sentido de cumprir os objetivos de lucratividade e manutenção da ordem vigente” (Duarte, 2004, p. 40);
 - v) a possibilidade do *elemento trágico*: “oriundo da arte, ele fornece à indústria cultural uma presumida profundidade que a pura diversão não poderia oferecer, mas de um modo completamente deturpado (...) o trágico se dissolve na falsa identidade da sociedade e do sujeito” (Duarte, 2004, p. 41-42);
 - vi) *catarse e conformismo*: a tragédia é transformada em purificação catártica, em sentido bem distinto do proposto por Aristóteles, no seio de uma mercadoria cultural que retira, das obras de arte, seu caráter não-resignado e inconformista (Duarte, 2004, p.42).

Como contraponto crítico há uma defesa do consumidor culto, o único capaz de desfrutar o belo – o que pode conduzir a uma visão elitista, típica da burguesia do século XIX, que eles próprios atacam. Freitag complementa essa crítica, em três níveis, ao dizer que a teoria crítica é: i) tradicional (arte não pode ser só uma promessa de felicidade); ii) limitada (visão burguesa da arte) e iii) idealista (não admitem a expressão artística no capitalismo tardio) (Freitag, 1989). Towse (2003b) reitera a crítica, mas se detendo no ponto em que o termo ‘indústria cultural’ tenha sido introduzido primeiro por Adorno e Horkheimer para separar ‘baixa’ cultura, a qual eles acreditavam ser necessariamente resultante de produções em série, diferenciada da ‘alta’ cultura, produzida por artistas verdadeiros que não repetiriam uma obra de arte e não teriam preocupação com comercialização. Segundo a autora, esse tema dominou a discussão sobre indústrias culturais e economia da cultura cuja literatura, até os anos 1990, era feita quase toda por sociólogos ou economistas políticos.

O conteúdo cultural resulta, na maioria das vezes, do emprego de artistas de um tipo ou outro (artesãos, *performers*, etc) na produção de bens nas indústrias culturais, mas isso pode surgir também do significado social atrelado ao consumo desses bens. A possibilidade de produção em massa se deve ao desenvolvimento de tecnologias – impressão, gravação, fotografia, filme, vídeo, internet, digitalização – e ao crescimento das indústrias culturais ao longo do século XX (Towse, 2003b). Eco (1993), lembra que é difícil pensar atualmente parte da produção cultural desvinculada do condicionamento industrial. O problema é “do momento em que a presente situação de uma sociedade industrial torna ineliminável aquele

tipo de relação comunicativa conhecido como conjunto dos meios de massa, qual a ação cultural possível a fim de permitir que esses meios de massa possam veicular valores culturais?" (Eco, 1993, p. 49-50).

Há também o argumento de que, ao contrário do pessimismo cultural que permite que muitos vejam uma influência negativa do capitalismo na cultura, ele, na verdade, tenha permitido a diversidade da produção cultural. Liberdades para o acesso às indústrias culturais se restringiram a alguns grupos, especialmente para mulheres e minorias quando instâncias decisórias não-comerciais (como a academia ou 'conselhos de arte') controlavam a produção artística. O mercado comercial permite liberdade de entrada e, conseqüentemente, torna-se mais favorável à libertação da inovação e da exploração artísticas. Indústrias ou organizações culturais, bem como seus mercados, não são diferentes daquelas do resto da economia, mas o que as torna diferentes é seu conteúdo cultural (mas esse condicionamento da cultura ao aspecto econômico é, precisamente, um dos problemas apontados por Adorno e Horkheimer). Primeiro, o custo de produção do original é alto, embora o custo de se fazer uma cópia seja muito baixo, quase próximo do zero. Segundo, como visto, seus produtos são arriscados e sujeitos à incerteza de recepção por parte dos consumidores. Some-se a isso a confiança em leis de *copyright* e propriedade intelectual. Mas parece ser não só uma economia de escala, mas de escopo, permitindo que poucas corporações dominem a produção de todos os produtos culturais (Towse, 2003b). É essa tendência de concentração de mercado que tem conduzido sociólogos à visão de que a cultura tenha se tornado homogênea mundo afora pelo capitalismo global (o pessimismo cultural acima, mas que reitera a crítica frankfurtiana sobre o risco dos monopólios).

Mas, se é possível ver o mercado e a economia culturais como formas de interação entre vendedores e compradores mediados por relações sociais e de poder; tais indústrias são capazes de selecionar produtos e mercado e, a partir daí, decidir o que oferecer aos consumidores: isto significa quais músicas ou livros estão em oferta – o que, conforme visto no diagnóstico frankfurtiano, é típico da indústria cultural. Emerge o risco dos *gate-keepers* culturais: se companhias de discos acreditarem que o *punk* ou *heavy metal* serão comercialmente bem-sucedidos, eles podem influenciar a cultura jovem; ou se editores pensam que suas leitoras femininas preferem histórias de amor com finais felizes, não publicarão literaturas com finais distintos a essa fórmula, perpetuando um estereótipo feminino. Ou seja, eles agem como intermediários entre o artista e o público consumidor. Os economistas adotam o conceito de *gate-keeping* na cadeia de fornecedores e o relacionam à consolidada noção de demanda, de busca de consumidores e custos de informação.

Ménard (2004) recorre a conceitos marxistas para lembrar que não seja possível separar plenamente os aspectos de mercantilização e industrialização da produção cultural. Na mercantilização, tem-se processo de transformação dos objetos e serviços em

mercadorias que se vendem e se compram em um mercado, ou seja, “os produtos e serviços que têm um valor de uso, que contribuem à reprodução econômica e social da sociedade, e um valor de troca, que traz a mais-valia na qual a realização permite a acumulação” (Ménard, 2004, p. 60). O conceito de industrialização, por sua vez, se refere a uma produção de massa, na qual se encontra: i) investimento e valorização de capitais importantes; ii) mecanização da produção, ou seja, a aplicação sistemática da ciência e da tecnologia no processo de produção e iii) divisão do trabalho, caracterizada notadamente pela separação entre os organizadores e os trabalhadores, ou seja, entre o criador e seu produto (Tremblay e Lacroix, 2002).

O mercado pode estar em um espectro mais amplo que a industrialização, pois um setor pode ser mercantilizado e, nem por isso, ser industrializado, como é o caso das obras de arte únicas (nas quais não é essencial o investimento de capital, a mecanização da produção ou a presença de assalariados). Por outro lado, a mercantilização, ou seja, a presença de um sistema de mercado, é uma prerrogativa necessária a qualquer industrialização do setor cultural, como é o caso das obras reproduzíveis (Ménard, 2004). Um detalhamento dessas características das obras de arte únicas e reproduzíveis diante da economia da cultura será fornecido no tópico seguinte.

4.3 Economia da cultura diante das obras únicas e reproduzíveis

Após a II Guerra, é inegável admitir que as atividades relacionadas à arte e à cultura sejam confrontadas de maneira mais intensa com o jogo da oferta e da procura. De um lado, numerosos economistas tratam os bens culturais como qualquer outro, aplicando a eles o tipo de análise padrão da economia. Mais numerosos porém, ressalta Ménard (2004), são aqueles que afirmam que os bens e serviços culturais, por serem bens simbólicos portadores de sentidos, de valores e identidade não devam ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os outros. Assim, aponta o autor, os discursos sobre a cultura e a economia não são apenas múltiplos, mas contraditórios. De um lado, tem-se a defesa da cultura em nome de sua incidência econômica, mas, de outro, a denúncia da perversão da cultura pelo mercado.

Percebe-se ainda que, em determinado momento da cadeia produtiva das produções culturais, existam aquelas de caráter “único”, que apresentam, assim, maior peso da mercantilização, com destaque para as obras de arte (artes plásticas) e os espetáculos ao vivo (artes performáticas). Existem ainda aquelas “múltiplas” ou reproduzíveis que, além da mercantilização também apresentam maior peso da industrialização (indústrias culturais, como a do cinema, do disco e do livro), podendo haver pontos de interseção entre os dois “pesos” estruturadores da cadeia produtiva.

As organizações culturais pertencem a um destes três setores: artes, indústrias culturais ou mídia. “A característica definidora das organizações no setor artístico é a *produção* de protótipos, enquanto os mercados de *reproduções* de protótipos das indústrias culturais e da mídia se baseiam em ferramentas poderosas que tornam possível a entrega dos produtos culturais diretamente aos consumidores” (Colbert, 2003, p. 289, grifos nossos).

É também importante pensar a produção cultural nestes dois aspectos distintos: criação de conteúdo e sua entrega – potencializada, como vimos, pela informacionalização do bem cultural. “O primeiro é território do artista e, o segundo, do homem de negócios” (Towse, 2003b, p. 173). A relação entre um artista e seu negociador é sujeita aos mesmos problemas econômicos – ou seja, em que pese a inspiração artística, há necessidade de uma organização de trabalho “que implica especialização, profissionalismo, divisão e desenvolvimento de pesquisa” (Vilar, 1997, p. 13).

Apesar do progresso das TICs, o processo criativo fica largamente aleatório e refratário à mecanização, à racionalização e ao controle. Como decorrência desse ponto, o acesso à informação é crucial para as etapas ulteriores à criação, mas não estritamente implica em maior qualidade para o processo criativo. A sensibilidade artística para a criação de obras de arte pode independe da quantidade de informação obtida pelo artista e/ou oferecida por um sistema de informação artístico-cultural (Cobbledick, 1996; Teixeira, 1999).

Cabe apontar as peculiaridades de produção de protótipos – únicos e múltiplos – na cadeia produtiva e de organização do trabalho dos produtos artísticos.

4.3.1 Economia da cultura diante das obras artísticas “únicas”

Seria melhor se sempre colocássemos o termo “único” entre aspas, tanto no caso da obra artística mercantilizada, quanto daquela industrializada. Afinal, cada bem cultural, mesmo reproduzido de forma industrial, é uma produção única, “na qual a criação destaca considerações extra-econômicas, sejam elas estéticas, simbólicas ou mesmo analíticas. Essa dualidade do bem cultural toda vez negocia economia e produto cultural, bem industrial múltiplo e criação intelectual única e constitui um traço marcante” (Ménard, 2004, p. 68). Sob esse “senão”, seguimos no destaque de algumas características econômicas da produção cultural das obras de arte “únicas”, divididas, por sua vez, entre as artes plásticas e performáticas.

4.3.1.1 Artes plásticas

Quais seriam os fatores que levaram um tela como *Retrato do Doutor Gachet*, de Van Gogh, a ser arrematada por US\$ 82,5 milhões em 1990? Peritos apreçam a obra

segundo critérios estéticos, mas esse valor cobre diversos fatores de incerteza: “caprichos das modas, evolução da história da arte que promove reclassificações nas hierarquias do valor estético, as novas atribuições de obras, a aceitação dos novos movimentos artísticos pelas grandes instituições. (...) o valor é determinado pelos ‘oligopolistas do conhecimento’, detentores do saber e da legitimidade.” (Benhamou, 2007, p. 80). *Buquê de Flores*, de Vlaminck, comprado por 600 francos em 1920, foi vendido por 500 mil francos em 1950 e por 5 milhões em 1959. Mas “ao contrário das ações de uma empresa, as obras de arte não são substituíveis nem semelhantes; é por isso que o vendedor assume uma posição de monopolista das obras que possua. Raramente trocadas, suas cotações são anunciadas de antemão ao público. Os atores são pouco numerosos” (Benhamou, 2007, p.84).

Pode-se caracterizar uma *commodity* por suas propriedades físicas (tamanho, material usado), a data e o lugar nos quais ela estará disponível, três tipos de variáveis que devem ser consideradas na compreensão dos preços das obras de arte. Além, claro, do nome do criador, que funciona como espécie de marca registrada. Contudo, a mesma pintura ou impressão poderá ter diferentes preços dependendo da data e do lugar da venda (Sagot-Duvaurox, 2003).

Imaculada Conceição, obra atribuída inicialmente a discípulos de Velázquez, depois imputada ao próprio pintor, foi vendida, sem eliminar a incerteza, por 4 milhões de libras – preço inferior ao preço de um Velázquez “legítimo”. Em novembro de 1992, o Museu de Orsay comprou na Sotheby’s, em Nova Iorque, a tela *Jeune garçon au chat*, de Renoir, por 3,9 milhões de francos; mas quatro anos antes, um colecionador japonês havia adquirido a mesma pintura, na Christie’s, em Londres, por 10 milhões de francos (Benhamou, 2007). Ou seja, verifica-se o risco de uma bolha, provocada pela expectativa de ganho fácil, alto e rápido, lembra a autora, o que pode gerar uma espiral especulativa de vendas maciças e desordenadas.

O marco inicial desse ciclo especulativo junto ao mercado de arte é sugerido por Harvey (1989) e remonta ao início dos anos 1970. Nessa época, com a ruptura do acordo de *Bretton Woods*, o sistema produtivo dos EUA, movido pelo crescente endividamento externo (especialmente daquele país) e pelo acirramento da competitividade internacional, deu mostras de cansaço e trocou a relação de paridade ouro-dólar para a um sistema global de taxas de câmbio flutuantes e, digamos, virtuais. “A partir de 1973, a moeda se ‘desmaterializou’, isto é, ela já não tem um vínculo formal ou tangível com metais preciosos (embora estes tenham continuado a desempenhar um papel de forma potencial de dinheiro entre muitas outras) ou, quanto a isso, com qualquer mercadoria tangível” (Harvey, 1989, p. 257).

Assim, em 1973, descobriu-se que, dentre as formas alternativas de proteção eficaz e segura do valor monetário estavam os imóveis, as antiguidades e, enfim, os objetos de

arte. “Comprar um Degas ou um Van Gogh superaria quase todo outro tipo de investimento em termos de ganho de capital” (idem, p. 258). Na realidade pode-se alegar que o crescimento do mercado de arte (com sua preocupação com a assinatura do autor) e a forte comercialização da produção cultural foram então catapultados pela extinção da paridade ouro-dólar.

Esse peso da assinatura, da *autoria*, no preço das obras de arte também é relativamente recente – remonta ao século XIX – e marca a terceira fase da evolução histórica do orçamento artístico (Sagot-Duvauroux, 2003): as outras duas anteriores são *suporte* e *assunto*. Durante a Itália do século XV, por exemplo, o preço no mercado de arte era determinado pelo tipo de *suporte* em que a obra era produzida: geralmente fixado antes da pintura ter início, dependia do custo de produção. O pedido especificava as cores a serem usadas, o tema, o número de pessoas etc. Já no período acadêmico francês (meados século XVII até final do século XIX) o preço dos trabalhos dependia do *assunto*. Pinturas históricas, que revelavam o conhecimento do artista-cientista e sua habilidade de desenhar a partir da vida real foram mais valorizados que retratos, os quais, por sua vez, eram mais considerados que paisagens. Já a partir do final do século XIX, o item relevante torna-se precisamente *a assinatura do artista*. O valor de um trabalho artístico depende da *originalidade do processo de pensamento* do artista e sua assinatura é a garantia dessa originalidade. Mas, segundo Benhamou (2007), mesmo esta última fase se processa tanto em meio ao caráter único e da qualidade das obras quanto pela paixão dos colecionadores, para um preço que varia ainda, segundo a lista Kunst-Kompass (da revista alemã *Capital*), de acordo com o “reconhecimento social de que desfruta a classe de obras a que pertence o quadro; uma parte depende da maneira pela qual são avaliadas as características específicas da obra; um componente residual traduz o efeito aleatório de variáveis desconhecidas ou não-mensuráveis” (Benhamou, 2007, p. 81-82). Uma vez isolado esse efeito, diz a autora, constrói-se uma série de preços anuais médios de quadros considerados padrão que formam um índice de preços.

Assim, temos a evolução de uma economia das artes plásticas em que o artesão com conhecimento histórico é substituído pelo artista *inspirado* e *autoral*, que constrói sua reputação não de maneira isolada, como visto acima, mas junto a determinado “mundo da arte”. Sagot-Duvauroux (2003) aponta conseqüências da incerteza provocada pela inter-relação de todos esses agentes no mercado de arte contemporâneo, o que leva, muitas vezes, os colecionadores a um comportamento seguido por alguns desses agentes (negociadores, curadores ou mesmo outros colecionadores), aos quais se atribui o conhecimento acerca das obras.

Atualmente, a autenticidade tem o maior peso no preço da arte. Se houver qualquer dúvida acerca da origem do trabalho, seu preço certamente vai cair – como visto no caso

citado acima de um Velázquez. Certificados de pintores, nomes de antigos proprietários e bibliografias são elementos de informação que elevam o preço das obras – uma vez que elas estejam na mesma faixa de valor, aí entram em cena o tamanho, a técnica utilizada, o estilo ou algum tópico subjetivo. Assim, e de forma similar, um desenho é mais barato que um guache, o qual, por sua vez é mais barato que um quadro a óleo ou em acrílico e um trabalho em papel é mais barato que um trabalho produzido em tela.

Benhamou distingue outras três possibilidades de entendimento do mercado de arte: estereotipado, tombado e contemporâneo. O primeiro, de boa fatura, destinado à decoração, é de competição monopolística, goza de público amplo e oferta abundante. As obras tombadas têm o valor garantido pelo julgamento da história e oferta rígida. Já as contemporâneas têm oferta mais fluída; nos dois casos, o público é restrito e poucos são os atores (oligopólios). Como citado, *marchands*, críticos, leiloeiros oficiais, conservadores de museus, professores de escolas de arte, *galerias leaders* e colecionadores intervêm no mercado, fazendo e desfazendo as modas e as classificações. “Quando a ‘comunidade de gosto’, constituída por esses atores, diminui, os mercados de arte sentem os efeitos. As políticas de aquisição dos museus contribuem para a formação do valor e dos preços.” (Benhamou, 2007, p. 77)

Têm destaque nesse cenário não só as galerias de arte, mas também feiras e salões, além de casas de leilão como a Sotheby’s ou Christie’s, que praticamente dividem a melhor fatia do mercado entre si. Benhamou lembra que coube a Paul Durand-Ruel, *marchand* dos impressionistas, estabelecer, já em 1880, as bases do sistema atual das galerias: opera-se com obras em consignação: “50% do valor da venda da obra ou conjunto; pagamento mensal ou aluguel do espaço físico do artista e busca-se ainda a visibilidade dos salões e feiras, quando uma pequena galeria tem a chance de mais visitantes que em um ano” (Benhamou, 2007, p. 78 e 80).

Apesar do orçamento apertado em alguns casos, não se pode descartar também o papel do apoio público ao grande mercado de arte – se considerarmos, por exemplo, o dinheiro gasto por museus na aquisição de obras. “Na França, dois mil ateliês pertencem ao Estado ou à municipalidade. Além da possibilidade de ter acesso a tais ateliês, os artistas gozam de diversos tipos de apoio (bolsas, prêmios, encomendas públicas...). Parte considerável da arte contemporânea existe quase que exclusivamente em função dos museus, as únicas vias de escoamento para obras gigantescas” (Benhamou, 2007, p. 153).

A revista *Time*, em maio de 1994, lembrou que “o mercado de arte não é como nos outros mercados culturais, o dos livros ou o dos filmes. Para fazer um *best seller*, é preciso que cem mil pessoas gastem, cada uma, US\$ 24,95 – um pequeno plebiscito. Mas bastam dois colecionadores decididos para manter um quadro à estratosfera” (*Time* apud Benhamou, 2007, p. 84). “De todo modo, como observa William Grampp, o apreciador

prudente – o amador de arte que não é um *risk lover* – compra obras pelo prazer de possuí-las. Para investir ou especular, vai procurar outro tipo de ativos” (Grampp apud Benhamou, 2007, p. 86). A diferença de rentabilidade entre o ativo artístico e o ativo financeiro representa apenas o preço do prazer estético, segundo Baumol, autor que reitera essa e aponta outras características bem específicas desse mercado, resumidas por Sagot-Duvaurox (2003, p.50), tais como:

- i) nos mercados financeiros, um alto número de produtos homogêneos e substituíveis são estocados, vendidos e comprados, mas o *grau de substitutibilidade* é quase *nulo* no caso da produção artística, dado o fato de que sejam únicos;
- ii) o proprietário de um trabalho de arte tem o seu *monopólio*, enquanto qualquer grupo de ações é gerenciado por um grande número de indivíduos independentes um do outro;
- iii) as transações relativas a ações são contínuas enquanto transações referentes a uma única obra de arte pode durar décadas;
- iv) os custos de permanência e transação são mais altos para obras de arte do que para estoques e ações: custos de segurança são altos, existem débitos tanto pelo vendedor quanto pelo comprador em um leilão, embora, por outro lado, as taxas referentes a esses bens sejam mais vantajosas e
- v) finalmente, arte, ao invés de ações, não provê nenhum dividendo monetário positivo; sua posse pode implicar dividendos negativos na forma de custos em seguros e restauração; contudo, permite dividendos psicológicos na forma de consumo cultural e serviços ao longo da vida: a intensidade desses serviços determina o valor de uso, subjetivamente dado pelo consumidor.

Além dos fatores acima, o preço de uma obra de arte varia no tempo, valorizando-se ou desvalorizando-se, ainda de acordo com variáveis macroeconômicas óbvias como inflação, renda *per capita* ou diante de eventos que marcam a vida do artista – como, ironicamente, a sua própria morte.

4.3.1.2 Artes performáticas

Como citado no início deste capítulo, foi por causa de problemas econômicos ligados às artes performáticas, relacionadas aos espetáculos ao vivo, como apresentações cênicas e musicais, que se produziu o primeiro grande estudo sistemático acerca das peculiaridades da economia da cultura: o trabalho de Baumol e Bowen, publicado em 1966. Os autores construíram um modelo de crescimento desigual em dois setores, um setor ‘arcaico’

caracterizado pela impossibilidade de gerar ganhos de produtividade e um setor 'progressista' no qual, ao contrário, os ganhos de produtividade resultem de inovações, de economia de escala e da acumulação de capital.

O espetáculo ao vivo faz parte do setor 'arcaico' em virtude do lugar que nele ocupa o trabalho. O trabalho é um elemento constitutivo do produto final: não se poderia substituí-lo sem desnaturar o produto. Não se poderia, por exemplo, substituir um dos instrumentistas de um quarteto de cordas por uma gravação... Ora, os salários são iguais aos do setor progressista, devido à fluidez do mercado de trabalho; a consequência é um aumento permanente dos custos relativos do espetáculo ao vivo, que somente uma elevação dos preços das entradas pode compensar, com o risco de reduzir a demanda e as receitas. Esse dilema caracteriza o conjunto dos serviços em que 'o trabalho é um fim em si mesmo, e a qualidade é julgada diretamente em termos de volume de trabalho' escrevem Baumol e Bowen; isso porque, acrescentam: 'diferentemente dos trabalhadores das indústrias, os artistas não são intermediários entre as matérias-primas e o produto final. Suas próprias atividades são o bem daquele que consome". A conclusão do modelo é a inelutabilidade do aumento dos déficits dos espetáculos ao vivo" (BENHAMOU, 2007, p. 55,57,59).

Afinal, se a produtividade é definida por economistas como produção física por hora de trabalho, um aumento da produtividade sobre o tempo de trabalho pode acontecer pelas seguintes razões: i) maior capital por trabalhador; ii) aumento da tecnologia; iii) aumento na capacidade do trabalho; iv) melhor gerenciamento e v) economias de escala à medida que haja aumento de produção.

Como sugere a lista acima, aumento na produtividade é mais alcançado em indústrias que usem muita máquina e equipamento. Em tais indústrias, a produção por trabalhador pode ser aprimorada usando maior maquinaria ou investimento em novos equipamentos que tragam aprimoramento tecnológico. Como resultado, na indústria de bens manufaturados, a quantidade de horas necessárias para produzir uma unidade de produção cai dramaticamente década após década. E as artes performáticas estão do outro lado do espectro: maquinaria, equipamento e tecnologia participam com um pequeno papel no seu processo de produção e, de qualquer forma, mudam muito pouco ao longo do tempo. Não é dizer que seja um elemento ausente: basta ver o papel e a evolução da iluminação no teatro, por exemplo. Mas eles não são centrais ao negócio. Como os autores sugerem no texto, as condições de produção impedem, nelas mesmas, qualquer mudança substancial porque 'o trabalho do artista cênico tem um fim em si próprio, não é um meio para a produção de algum bem' Já que a performance do artista é o produto – o cantor canta, o pianista toca, o dançarino dança – não há como aprimorar a sua produção por hora: para tocar um quarteto de cordas de Beethoven precisa-se do mesmo número de músicos e tempo de execução do que o usado em 1800 [tradução nossa]. (HEILBRUN, 2003, p. 91)

O argumento da defasagem de produtividade pode ser sumarizado da seguinte forma: custos em artes performáticas vão crescer relativamente aos custos na economia como um todo porque o acréscimo do salário nas artes deve acompanhar aqueles da economia em geral mesmo que a produtividade nas artes tenha uma defasagem. Não é recomendável que artistas sejam pagos pelas mesmas horas de trabalho como os trabalhadores de outros empregos, já que as condições de trabalho e a satisfação não-monetária obtida pelo emprego artístico – como vimos em Smith – diferem de outras ocupações (Heilbrun, 2003). O argumento é que todas as indústrias, incluindo as artísticas, competem para contratar trabalhadores em um mercado de trabalho integrado

nacionalmente e que os salários dos artistas devem, por isso, aumentar através do tempo pela mesma proporção em que os salários na economia em geral para capacitar a indústria artística a contratar os trabalhadores que necessita.

De todas as cinco fontes de aumento da produtividade listadas anteriormente, só a economia de escala como resultado de longas temporadas é realmente efetiva nas artes cênicas e performáticas; por isso, segundo o trabalho de Baumol e Bowen, não podem ter a esperança de uma produtividade formidável como aquela obtida pela economia como um todo. Como resultado, o custo por unidade de produção nas artes performáticas é destinado a crescer contínua e relativamente aos custos da economia como um todo. Isso, em resumo, é a inevitável consequência da defasagem da produtividade. Assim, o dilema do título do famoso artigo dos dois autores refere-se precisamente ao problema do financiamento das artes performáticas diante do inevitável aumento dos custos, resultantes de um 'retardo na produtividade'. A pressão gerada por esses custos finais tornou-se conhecida como 'o mal de custo Baumol' (*Baumol's cost disease*).

Os resultados de várias pesquisas mostram que os preços dos espetáculos não só aumentam mais que a inflação, como também não conseguem cobrir o aumento dos custos – ou seja, acima do nível geral dos preços. Através de estudos, por exemplo, os autores mostram como, na Londres dos anos 1740-1775 a média de custo por performance era estimada em 157 libras. Em 1963-1964, esse custo subiu para 2.139 libras, ou seja, enquanto foi detectado que no período entre 1740 e 1964 o valor do nível geral de preços na Inglaterra subiu 6,2 vezes seu valor inicial, o valor das artes performáticas quase dobrou esse índice.

A mesma situação foi verificada ao se estudar a mesma organização (*New York Philharmonic Orchestra*) ao longo de 100 anos aproximadamente e ainda em trabalhos desenvolvidos em outros países: a razão de 1 para 2 do mal de custo Baumol não tinha fronteiras nacionais. Com a alta dos preços inferior ao aumento dos custos “as organizações culturais foram forçadas a pedir cada vez mais dinheiro a seus patrocinadores – e nossa análise mostra que isso vai continuar (...) Se houver, como podemos presumir, limites para o aporte de parceiros privados, o espetáculo ao vivo precisa de ajuda complementar de outras fontes para que continue a cumprir seu papel na vida cultural do país” (Benhamou, 2007, p. 59). Nos períodos inflacionários os custos aumentam mais lentamente porque o consumidor não irá gastar com arte a quantia que normalmente dispende em períodos não-inflacionários.

Diante da contínua pressão nos custos, gerada pela defasagem de produtividade, empresas no ramo das artes performáticas buscam maneiras de economizar ao gradualmente alterar a escolha de repertório de seu processo de produção. Por exemplo, produtores de teatro podem optar por peças de elenco pequenas ou que podem ser feitas

em um único ao invés de vários cenários. Ou eles podem tentar compensar os altos custos evitando peças inovadoras artisticamente, que não se encaixem no perfil *blockbuster*.

Orquestras e companhias de ópera também podem ser levadas a evitar inovações ou material “difícil” aos padrões do mercado. Ou, operando pelo lado do custo, escolher programas com o objetivo de reduzir tempo de ensaio ou contratar menos solistas ou outros artistas convidados, mas caros. Mas, quando uma empresa artística opta por esse tipo de solução, diz-se então que ela reduziu seu déficit financeiro, recorrendo a outro déficit, talvez pior: o artístico (Heilbrun, 2003).

O que torna as artes performáticas diferentes é que o passado traz muito da substância daquilo que queremos ver no palco. Não queremos *Hamlet* com metade dos personagens cortados devido ao alto custo do trabalho. Nem podemos desistir da música sinfônica pela de câmera porque as sinfônicas empregam muitos músicos. Haverá um déficit artístico alto se as companhias de hoje ou as incubadoras de amanhã se tornarem financeiramente incapazes de nos apresentar os grandes trabalhos do passado – produzidos em circunstâncias econômicas bem diferentes das nossas (Heilbrun, 2003; Benhamou, 2007).

A utilização de um mesmo ator para representar vários papéis, a reutilização dos cenários ou de figurinos, a diminuição do número de ensaios, todos esses mecanismos que substituem o déficit comercial pelo ‘déficit artístico’ realmente fizeram com que muitas instituições reduzissem, por exemplo, as representações de obras de autores vivos de maneira a diminuir os gastos com pagamentos de direitos autorais.

Em Aix-en-Provence, os responsáveis pelo festival de música reduziram o número de obras apresentadas e os custos ao escolherem canções ‘naturalmente’ econômicas: a encenação de *Orlando*, de Haendel, dirigida por William Christie, uma ópera sem coros nem balés, que põe em cena apenas cinco cantores, permitiu, em 1993, reduzir o custo da produção para 0,6 milhão de euros, um quarto do custo da ópera anterior, *Medeia*, também montada por Christie. É possível praticar economias de escala: o aumento do número de representações não requer mais ensaios, nem mesmo mais trabalho administrativo. Ainda assim, precisa-se contar com uma demanda solvente e garantir que o custo de uma representação adicional não supere as receitas que ela gera (BENHAMOU, 2007, p. 60-61).

Mesmo o sucesso pode se transformar em contratempo: “as companhias musicais ajudaram a construir a reputação de artistas cuja contratação se tornou inevitável. A consequência é um aumento exagerado dos cachês e dos custos” (Benhamou, 2007, p. 61).

Uma forma de obter o insumo necessário a superar ou ao menos aliviar essa defasagem de produtividade seria recorrer à outra solução da indústria cultural, a mídia de massa: orquestras sinfônicas, por exemplo, podem obter *royalties* da venda de discos, da mesma forma que companhias de artes cênicas podem fazê-lo em DVD ou através de contratos de exibição com TVs abertas ou fechadas. Mas “redes comerciais virtualmente abandonaram a programação cultural para canais públicos. Um mercado comercial para

cultura na TV nem mesmo existe” (Heilbrun, 2003, p. 99) – o contrário do que acontece, por exemplo, em alguns setores do esporte: ganhos com TV há muito superaram a receita dos ingressos nos estádios. Como se não bastasse, Baumol, em outro trabalho referente aos EUA, aponta que a produção cultural em TV incorpora o mesmo problema de defasagem na produtividade verificado nas artes cênicas e performáticas.

A defasagem existe porque há um persistente avanço tecnológico na economia em geral que provoca um aumento da produção por hora de trabalho e no salário, o que, por sua vez, pode aumentar a demanda por arte. Mas tal defasagem, *per se*, não pode ser usada como argumento para o subsídio, que deve ser utilizado só quando há falência de mercado (Heilbrun, 2003). O déficit, muitas vezes, não resulta necessariamente da atividade das empresas de espetáculo ao vivo, mas pode ser interpretado como uma forma de gestão:

O responsável estima *ex ante* o nível máximo de subvenção que pode alcançar e fixa sua produção em função desse montante. Dessa maneira, a concorrência desloca-se do depois para o antes, e as instituições culturais tentam conseguir parcelas complementares de subvenção mediante a formação de monopólios em setores muito pequenos e particularmente inovadores. Mesmo que as políticas de discriminação através do preço permitam otimizar as receitas, eles transferem para o Estado a responsabilidade de cobrir os déficits estruturais. Como os organismos de proteção ignoram a função de custo da instituição que tutelam, esta consegue maximizar a subvenção. Se o tamanho das instituições induz ao conformismo das escolhas artísticas, a subvenção, ao reforçar o orçamento, diminui sua capacidade de inovar. Já que não é fácil discernir uma diferença fundamental entre a política de programação das instituições subvencionadas e a das instituições privadas que não receberam ajuda, não seria mais conveniente que o Estado subsidiasse somente a inovação, qualquer que fosse o status jurídico da instituição? (BENHAMOU, 2007, p. 64-65).

A autora apresenta dois modelos como estratégias que se relacionam, a da qualidade e a da audiência: o primeiro, a qualidade como sofisticação do espetáculo, do espaço e, assim, maior audiência e volume de público. O segundo, qualidade do espetáculo, que minimiza reações adversas do público diante do preço. Uma política de maximização da qualidade, segue a autora, aplicada por uma instituição sem fins lucrativos, acarreta um aumento de preço. “A subvenção serve para financiar coreografias mais sofisticadas, atores mais conhecidos etc, o que aumenta a procura e permite uma elevação do preço. Como a instituição sem fins lucrativos não visa ao lucro, essas altas do preço provocam acréscimo de receitas, que são de novo reaplicadas na qualidade etc” (Benhamou, 2007, p. 66).

Parte das exceções das “obras únicas”, os bens reprodutíveis limitados – como litografias, reproduções numeradas, edições de livros com baixa tiragem – tem a limitação à reprodutibilidade não sendo unicamente de ordem técnica (Ménard, 2004). A reprodução em série é uma possibilidade e sua limitação ocorre apenas em função de um argumento estratégico, para favorecer um aspecto caro à obra “única”: a raridade ou tiragem limitada de obras, de maneira a aumentar seu valor ou notoriedade – como livros, discos ou jóias, conforme já fora postulado por Ricardo (1996).

Mas locais de preservação das obras de arte, como museus, também têm recorrido a soluções típicas da multiplicidade das obras das indústrias culturais como a introdução de comercialização de serviços de produtos derivados do acervo (réplicas de quadros etc) ou catálogos de exposição (disputado no mercado editorial de arte) (Benhamou, 2007). A autora explica ao dizer que os museus recaem em estranho paradoxo de valor, pois “o museu é uma das instituições culturais mais ricas, em razão do valor das obras que possui, e das mais pobres, em virtude da diferença entre esse valor e o orçamento com que trabalha” (Benhamou, 2007, p. 93).

Assim, percebe-se, diante das obras de natureza única, como a relação entre uma incubadora de empresas artístico-culturais e suas incubadas deve incluir a compreensão dessas peculiaridades financeiras do mercado de arte, até mesmo para evitar o déficit artístico. Também fica evidente nas concepções apresentadas, que, mesmo sob o ponto de vista mercadológico, tal ação não pode restringir-se apenas à obtenção de estratégias de *marketing*. Ao contrário, deve buscar conhecimento amplo sobre o mercado de cada obra de arte e suas peculiaridades – ainda mais específicas quando se trata das obras múltiplas – tema do tópico seguinte.

4.3.2 A Economia da cultura diante das obras múltiplas

Com as obras artísticas múltiplas, passamos a analisar a economia da cultura de obras únicas para aquelas relacionadas às obras reproduzíveis, mais tradicionais na economia e mais associadas, corretamente, ao termo “indústrias culturais”. Se, para Benjamin (1994b), a reprodução destrói a aura da obra, desvaloriza sua autenticidade, seu *hic et nunc* (aqui e agora), para Benhamou “a criação continua presente na origem do processo de produção, e a originalidade, que é a base da formação do valor das obras únicas, não desaparece com as obras múltiplas (...) Visto que o caráter de objeto raro confere valor à obra, a produção das obras múltiplas esforça-se para criar esse valor, pondo em destaque o talento” (Benhamou, 2007, p. 109). O problema, como se viu na discussão acerca das mercadorias culturais na indústria cultural ou anteriormente com os ofícios de Fry, é que o esforço e o talento, diante da industrialização dos bens culturais, podem ser conjugados para a produção de algo que pode não ser obra de arte. Preferimos assim denominar o tópico de obras múltiplas suspendendo, pelo menos temporariamente, considerações mais profundas acerca dos critérios estéticos (inclusive pelos problemas apontados pelos autores citados acima). Mas tentaremos destacar a ocorrência – ou pelo menos os riscos de ocorrências das mercadorias culturais – pontualmente ao longo deste tópico.

O mercado das indústrias culturais é pouco previsível, o que faz com que as empresas apostem em políticas de concentração de proporções globais, seguindo o risco monopolista apresentado e entreguem a alguns apaixonados a arte de inovar. Grupos que se formam “em torno de alianças internacionais para dominar mercados cujas possibilidades de ampliação parecem gigantescas. De outro lado, surgem pequenas empresas e estruturas verticalmente desintegradas, organizações flexíveis que recorrem a empresas externas para todos os tipos de prestação de serviços” (Benhamou, 2007, p. 110). A autora lembra os vínculos que podem surgir daí, como o caso do livro de *Forrest Gump*, que vendeu 9 mil exemplares na ocasião de seu lançamento, mas mais de 1,8 milhão de exemplares após o *blockbuster* hollywoodiano. Assim, as indústrias culturais ramificam-se entre si, estabelecendo laços, por exemplo, com a televisão, vista como “um mercado para umas, local de promoção para outras e concorrente impiedoso para todas. Em 2001, a televisão francesa transmitiu 1470 obras cinematográficas ao passo que as salas de exibição trouxeram 204 filmes” (Benhamou, 2007, p. 110).

Outra razão explica o caráter particular dos bens culturais industrializados: eles constituem, ao reunir os bens culturais, bens simbólicos portadores de identidade, de valores e de sentidos (Ménard, 2004). Como demonstrado pelas teorias antropológicas e sociológicas da cultura, um bem cultural é portador não somente de um valor econômico, mas também de um valor cultural, de um capital simbólico, como visto em Bourdieu (2005), que é de outra natureza. O ato de produzir e publicar um livro, por exemplo, não comporta apenas somente um risco econômico, mas constitui também, para o editor, um investimento fundado na convicção de que um texto merece ser conhecido. “Nesse sentido, ao contrário da maior parte dos bens, e inclusive os outros bens de informação, pode-se considerar que um bem cultural industrializado não é forçosamente produzido com a única finalidade de produzir lucro, embora ela exista e traga uma série de riscos”. (Ménard, 2004, p.64)

4.3.2.1 Lógicas ou modelos de organização das indústrias culturais

A economia das indústrias culturais revela uma lógica mercantil e industrial, mas esta lógica se distingue claramente da lógica industrial própria aos bens materiais tradicionais. Mas elas se assimilam, em larga escala, à economia informacional e assim compartilham várias características. Constata-se que os resultados da “nova economia” se aplicam igualmente a seus bens de informação mais antigos, que são os bens culturais industriais como o livro e o disco, por exemplo (Ménard, 2004).

Mas, como a cultura integra um forte componente simbólico, os bens culturais industrializados se distinguem também, de alguma forma, dos bens de informação. Neste sentido, o processo de industrialização da cultura é específico, limitado pelas condições

particulares de criação e de produção, de reprodução material e de circulação dos bens culturais. Ménard defende a existência de três grandes lógicas genéricas, ou modelos, que permitem caracterizar tais indústrias: i) editorial (ocupa-se da edição de livros, disco, videocassetes e, com algumas particularidades, ao cinema); ii) de fluxo (rádio e TV abertas) e iii) e 'clube privado' (difusão pelo cabo, satélite, microondas e internet). (Ménard, 2004, p. 95). Ménard usa o termo lógica como um modo de descrição industrial que interfere sobre os elementos e regras que regem o funcionamento desta indústria em dado território nacional, independente das estratégias empregadas pelos atores que fazem a obra. Tais regras, de ordem técnica, econômica, jurídica ou social, determinam as características das funções de criação, de produção e disposição/comercialização dos produtos culturais e mesmo sua articulação. "Elas dependem ainda do estado das técnicas, do histórico de forças entre os atores e do poder legislativo que fixa as autorizações e as interdições" (Ménard, 2004, p. 93). Cabe destacar agora algumas características econômicas de cada uma das lógicas de produção cultural das indústrias culturais, como sugerido ao início deste tópico.

i) Lógica editorial

A lógica editorial rege a produção e a distribuição de mercadorias culturais propriamente ditas: livros, discos, filmes e vídeos. Seu conteúdo se caracteriza portanto pela durabilidade da obra e sua reprodutibilidade sobre um suporte material. "Também se caracteriza por sua natureza descontínua e que se traduz em sua individualização. De um ponto de vista técnico, o principal ponto é a reprodução da obra sobre um suporte material e de múltiplas cópias que pode ser vendido a um preço acessível" (Ménard, 2004, p. 96). O modo de financiamento por pagamento direto é possível e largamente favorecido (reflete assim muito bem a intensidade da demanda), no qual uma cópia é oferecida para cada consumidor final. É a forma mais comum, a despeito da possibilidade de locação ou consumo em sala. É importante frisar aqui que o papel principal dessa lógica é atribuído ao editor ou produtor "o qual vai assegurar a junção entre a função da criação e as funções de reprodução material e distribuição das obras. O editor está em contato com numerosos criadores e seleciona aqueles que serão produzidos e colocados no mercado. Assume a responsabilidade financeira e produz um catálogo [tradução nossa]". (Ménard, 2004, p. 96). O preço é fixado por produtores e editores em função de sua percepção de desejo e pela capacidade de pagar do público em diferentes categorias editoriais, às vezes objeto de busca de um mesmo consumidor, que irá pagar até o limite de um determinado preço para cada categoria (e esse limite será diferente, portanto, entre um livro didático e um infanto-juvenil) ou formato (capa dura, por exemplo). "O preço, relativamente homogêneo ao seio de

um mesmo segmento de mercado, será portanto muito diferente de um segmento a outro [tradução nossa]”. (Ménard, 2004, p. 82-83).

Na organização da cadeia produtiva, empresas distintas podem assumir as etapas de produção-edição, reprodução e distribuição. Os mercados de livros, discos e filmes são muito competitivos, contudo, as empresas são mais livres para entrar e sair da área de produção. Já as funções de distribuição e divulgação são objeto de grande concentração, pois a tendência é a de uma cadeia produtiva na qual pequenas empresas dependem das grandes para escoar os produtos enquanto as médias buscam meios próprios. (Benhamou, 2007)

No caso do mercado editorial francês, por exemplo, as editoras recebem cerca de 4 mil manuscritos/ano para publicar apenas 5% desse total. Para Benhamou, a idéia de aliar sucessos comerciais e, deles, alimentar a parcela “original” pode não dar certo diante da ‘imprevisibilidade’ do sucesso. Muitas empresas combatem isso com a superprodução, ao abandonar títulos nos quais se os primeiros passos forem considerados insuficientes – e por isso em exemplares de cortesia e prévias de filme para essa avaliação – o que, para a autora, além de promover uma saturação da oferta, pode escassear os produtos de criação e condenar, de início, as obras.

Muito antes do processo de produção surge o trabalho do criador, ou de uma equipe de criadores, que transforma o produto num bem singular de origem artesanal. O grau de diferenciação dos produtos varia em função do segmento de mercado no qual é oferecido: esquematicamente podem-se distinguir segmentos com alto grau de inovação (literatura considerada difícil, o filme de autor etc) e segmentos menos inovadores (o livro prático, o romance sentimental, o filme popular). A empresa faz uma composição dos lucros entre os produtos destinados aos mercados de massa e aqueles de escoamento lento, vendidos em mercados mais estritos e menos seguros. Podem-se classificar as editoras de acordo com a proporção de títulos de venda maciça e rápida e de títulos de pequena tiragem em tempo mais longo. (...) Neste, a incerteza para o produtor é maior e é compensada pela longevidade de certas obras (BENHAMOU, 2007, p. 114).

Já no mercado das obras ditas “difíceis” as ocorrências de prêmios têm um peso considerável: “a conquista de um Goncourt assegura, às vezes, uma tiragem de cerca de um milhão de exemplares. (...) Por isso a empresa gasta parte de seus investimentos para entrar nas redes de mediadores. Foi Bernard Gasset quem introduziu, no setor editorial francês, a prática de antecipar-se aos mediadores, através de visitas, convites e restaurantes, publicidade” (Benhamou, 2007, p. 115).

Para avaliar isso, muitos recorrem à avaliação de publicidade gratuita, dada por jornais, TV etc ao falar das obras. Em seguida, analisam o espaço da matéria como o equivalente ao gasto em anúncio etc. – o que gera críticas entre os jornalistas, por exemplo, que não gostam de ver seus textos informativos ou críticos confundidos com publicitários – embora, infelizmente, existam casos nos quais a matéria simplesmente reproduz um *release*

ou “crítica” favorável ao produto sob a fachada de texto jornalístico nos cadernos culturais. Assim, nesse tipo de obra ocorre mais evidentemente o investimento autoral, o qual espera que uma crítica publicada em jornais e revistas de renome – e em especial por críticos de renome – possa constituir-se em um eficaz incentivo à compra. “O autor, de certo modo, recebe um crédito, que permite ao comprador reduzir os custos de sua busca de informação; a confiança resulta da homologia das posições do leitor no campo social, do crítico no campo da divulgação e do autor no campo da produção” (Benhamou, 2007, p. 38).

No setor de discos, encontramos quadro similar, pois, de maneira mais incisiva, desde a década de 1990, selos independentes (ou mesmo criados pelas *majors* da área) tentam implementar políticas inovadoras em matéria de preço ou de produto. A autora lembra o caso da Naxos, de Hong Kong, que em 1993 conseguiu distribuir, no mundo inteiro, mais de sete milhões de CDs a baixo preço. Artistas do pop-rock internacional como Beck, Oasis, Jeff Buckley, três das revelações de 1994, estrearam em selos independentes, bem como, já no início da década de 1980, os grupos The Smiths (pela Rough Trade), Joy Division (Factory Records) e R.E.M. (Hibtone, depois I.R.S.). Os independentes baseiam sua capacidade de inovação nos vínculos estreitos que mantêm com os meios musicais. “No entanto, o ciclo de vida dos selos independentes não passa, muitas vezes, de dois ou três anos; é quando o novo filão que descobriram lhes é arrebatado por uma grande empresa. O grupo Nirvana, lançado pela Sub Pop, logo passou para a MCA/Geffen” (Benhamou, 2007, p. 130). O próprio R.E.M. também assinou, em 1988, um megacontrato de US\$ 80 milhões com a Warner Bros. para dez discos.

Em outro exemplo, Benhamou (2007) cita caso de uma produtora de álbuns independentes que é cobrada pelas lojas de discos para que chegue com melhor estratégia de promoção do disco de um certo grupo de rock. Mas tal produtora, obviamente, não terá o mesmo poder de fogo de uma *major* fonográfica que consegue exibir um clipe de outro grupo seis vezes ao dia, com presença na TV – o qual terá mais chances de ver os pedidos multiplicarem-se do que o anterior, para o qual a loja comprará umas três cópias apenas, como diz a autora, para “experimental”.

Assim, em contraposição aos produtos mais inovadores, freqüentemente, mas não necessariamente associados aos selos independentes, os segmentos menos inovadores são mais associados a uma estratégia das *majors* de investir em carros-chefe (*produits phare*). Nos EUA só os custos de lançamento de um disco podem chegar, por isso, a US\$ 500 mil e, um filme, a US\$ 10 milhões. “Em 1956, os filmes realizavam menos de 50% de suas receitas ao fim de três meses de exibição e 75% num ano. Atualmente, o essencial dos resultados é obtido em duas semanas, no caso de fracasso, e em seis a dez semanas, em caso de sucesso” (Benhamou, 2007, p. 117).

O cinema é um caso particular da lógica editorial. O melhor método de se colocar no mercado é conseguir ficar um bom tempo sendo exibido em salas nas quais o consumidor, ao invés de adquirir uma cópia da obra, paga por um tempo de exibição. Mas, como visto acima, “o desenvolvimento das técnicas de comunicação (TV, inclusive), além das técnicas de gravação e reprodução de suportes materiais (vídeo, DVD) fez declinar esse modo de acesso aos produtos audiovisuais ao aumentar suas possibilidades de circulação [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 96).

O setor da produção cinematográfica é que mantém as estruturas da oferta mais ativas e diversificadas. “Na França, calcula-se que, na década de 1980, existiam cerca de 1.500 companhias de produção de longas-metragens contra 500 na década de 1950; no entanto, muitas delas produziam menos de um filme por ano, e seu índice de atividade caiu, no mesmo período, de 33% para 15%” (Benhamou, 2007, p. 130).

Diante das estratégias dos poderosos oligopólios das indústrias culturais de obras múltiplas submetidas à lógica de fluxo, a consequência é a padronização dos produtos, pois o produtor/editor que quer correr menos risco vai recorrer às “celebridades, autores de *best-sellers*, ou ainda, nos segmentos menos inovadores do mercado, à produção de séries e minisséries, imaginando prováveis receitas. No entanto, a demanda fica sufocada com o excesso de padronização do produto” (Benhamou, 2007, p. 117).

Devido à característica prototípica desses bens culturais, os mecanismos de mercado se adaptam mal à lentidão necessária à identificação coletiva de uma nova obra e preferem investir em monitoramentos do esquema de distribuição e difusão. Tais monitoramentos podem privilegiar constantemente a busca pela novidade e, objetivamente, do megasucesso rápido, através do qual tendem a explorar os temas de sucesso e os efeitos de moda, de forma a se beneficiar desses efeitos, criando uma situação cobiçada pela indústria na qual “o ganhador leva tudo” e, precisamente, por ser, na maioria das vezes, o “primeiro” a chegar (Ménard, 2004).

ii) Lógica de fluxo

A lógica do fluxo se caracteriza por uma difusão massiva dos produtos a um grande número de consumidores ao mesmo tempo. É a lógica que rege tradicionalmente a radiodifusão e a televisão. O conteúdo é efêmero e oferecido continuamente e se consome no momento de sua difusão, subvencionada indiretamente pela publicidade ou dotação pública. Contudo, à medida que avançam as técnicas de gravação, iniciadas com o vídeo-cassete, há uma espécie de relaxamento na mercantilização indireta dos produtos culturais divulgados.

Dentro da lógica de fluxo, a principal função, ao invés do editor, é a do programador. Ao invés de oferecer um catálogo de produtos, como na lógica editorial, o programador apresenta uma grade de programação, através da qual tentará reter diante da tela da TV ou do dial do rádio, o maior número possível de audiência durante o máximo de tempo possível. A grade combina, na maioria dos casos, produtos relacionados à informação e ao divertimento, difundidos através do espaço público das ondas hertzianas – “por isso a intervenção do poder público aqui torna-se maior do que sobre as indústrias editoriais [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 97). Podemos dizer que, de certa forma, as lógicas editoriais e de fluxo dominaram as indústrias culturais até fins dos anos 1970. Mas o desenvolvimento das técnicas de gravação (vídeo e fita cassete) permitiu que praticamente todas as produções culturais pudessem ser ofertadas sobre uma cópia individualizada e a um preço acessível.

iii) Lógica do clube privado

Tem-se aqui um formato híbrido por recorrer tanto à lógica editorial como à de fluxo. Trata-se de um tipo de mercado organizado através de uma filiação ou assinatura, na qual, como um clube privado, assume-se o pagamento de uma cota que permite o acesso a um conjunto de produtos e serviços diversificados. É o caso da TV a cabo, que permite acesso a canais abertos de TV, mas também a programas especializados e produtos audiovisuais à *la carte* (pay-per-view), gerenciados por um servidor. A lógica do clube privado permite oferecer, aos membros que pagam a cota, produtos individualizados como na lógica editorial (cabe ao usuário querer gravar ou não), mas dentro da lógica de fluxo. “Do ponto de vista técnico, ela resulta da utilização das novas técnicas de difusão e de telecomunicação, bidirecionais e interativas em particular, para ofertar produtos culturais e informacionais [tradução nossa]”(Ménard, 2004, p. 99).

Para Tremblay e Lacroix (2002), essa lógica concorre diretamente, mas não substitui as outras duas; afinal, a indústria publicitária deseja a lógica de fluxo e a lógica editorial conhece uma nova expansão depois da aparição de novos suportes materiais como o DVD, o CD etc. Mas, o “alargamento da lógica do clube privado, em particular, tende a romper as fronteiras tradicionais entre as cadeias e a integrar os produtos culturais ao seio de uma oferta global de produtos de divertimento e de informação” (Ménard, 2004, p. 100-101). Esse cenário, cujo início remonta à IIª Guerra Mundial, consolida hoje, em tempos de fluxos de internet, uma configuração de informação dos bens culturais. Um quadro-resumo das três lógicas discutidas será apresentado a seguir.

Quadro 7 - As principais lógicas de organização das indústrias culturais

	Lógica editorial	Lógica de fluxo	Lógica clube privado
Conteúdo	Descontínuo Durável Produtos individuais	Contínuo Efêmero Programas	Contínuo/descontínuo Durável e efêmero Produtos e programas
Técnica	Reprodução sobre suportes materiais	Difusão massiva, instantânea, para grande público	Difusão tradicional, Bidirecional e interativa
Organização das funções econômicas	Papel central do editor ou produtor Funções de produção e reprodução material e distribuição separadas	Papel central do programador Integração estreita das funções de produção, programação e difusão	Papel central do servidor Funções separadas e concorrenciais entre distribuidores, sinais via satélite e operadores de teles
Modo de financiamento	Mercantilização direta Compra ou locação das cópias materiais Pagamento pelo tempo de exibição	Mercantilização indireta Publicidade, subvenções públicas	Mercantilização direta ou indireta Publicidade, assinaturas, pagamentos adicionais <i>a la carte</i>

Fonte: Ménard, 2004, p. 100.

4.3.2.2 As características das indústrias culturais

Os mercados culturais de obras únicas e mercados de bens culturais industrializados devem ser reconhecidos em suas similaridades e distinções. Se, por um lado, ambos são submetidos às leis de mercado, no segundo caso, a reprodução de uma obra em múltiplas cópias, as indústrias culturais, se caracterizam por um investimento e valorização de capitais importantes, por certa mecanização da produção e pela divisão do trabalho. Após apontarmos as diferenças de cada lógica das indústrias culturais, cabe agora detectar algumas de suas características comuns: i) a reprodução em larga escala; ii) obra como resultante de um processo de criação; iii) a sujeição a constantes renovações da oferta; iv) a presença de uma demanda aleatória e v) possui, ao menos parcialmente, as características de protótipos (Ménard, 2004, p. 103). Tais características serão detalhadas a seguir.

i) a reprodução em larga escala

A reprodução em larga escala nasce da separação entre um conteúdo e um suporte e abre a porta a uma produção de massa; é o que aproxima várias indústrias culturais dos outros setores industriais. Mas essa reprodutibilidade é particular. De fato, como já mencionado, igualmente a todos os outros bens de informação, um bem cultural industrializado custa caro para produzir, mas muito pouco para reproduzir. Ménard sugere a seguinte fórmula:

$$CUM = \frac{(CF + q \times CV)}{q}$$

CUM é o Custo Utilitário Médio obtido através da soma de um custo de reprodução fixo (*CF*) + o número de unidades vendidas. No exemplo, o autor esclarece que opta pela hipótese de que o número de tiragem coincida com o de vendagem, representado por *q*, soma esta que deve ser multiplicada pelo custo de reprodução variável (*CV*).

No Quebec, por exemplo, o custo de produção de um livro (literatura em geral, para o setor escolar) gira em torno de CND\$ 2.800 e o custo de produção variável (impressão e direito de autor) é de CND\$ 3,28 a unidade. Assim, para vendas respectivas de 1000, 10.000 ou 100.000 exemplares, o custo unitário médio se estabilizaria, respectivamente, em CND\$ 6,09; CND\$ 3,56 e CND\$ 3,31. A queda será ainda mais notável se levarmos em conta o fato de que o custo unitário de impressão caia igualmente à medida que a tiragem se eleva. Quanto ao lucro bruto do editor, # é o lucro anterior referente aos custos de mercado e administrativo e financeiro, e se calcula da seguinte forma, na qual *p* é o montante que recebe o editor por cada venda.

$$\# = (q \times p) - (CF + q \times CV)$$

Se supusermos que o editor tenha recebido CND\$ 9 por exemplar vendido (soma usada por livros cujo preço de venda, na livraria, é de CND\$ 20), seu lucro bruto será de CND\$ 2920 se as vendas atingirem 1000 exemplares. Mas será de CND\$ 54.400 se elas alcançarem 10.000 exemplares e um total de CND\$ 569.200 se forem de 100.000 exemplares. Como se pode ver, um custo unitário decrescente a uma incidência direta é a maioria de seus lucros.

Os custos de produção fixos são elevados (e irrecuperáveis. Se um livro, um disco ou um filme for um fracasso comercial, não haverá mercado para o manuscrito, a gravação matriz ou o roteiro original, pouco importando a amplitude dos investimentos efetuados) e os custos secundários são baixos – ou nulos ou quase nulos quando distribuídos sob a forma digital.

Assim, ao contrário dos setores industriais tradicionais nos quais se pode recuperar os rendimentos em escalas decrescentes, a produção de bens culturais comporta os rendimentos em escala crescente, ou seja, o custo unitário médio se abaixa à medida que o número de exemplares produzidos aumenta. Em outros termos, a rentabilidade de uma empresa aumenta ao mesmo tempo que sua escala de produção. E ainda, não há praticamente limites à capacidade de produção. Assim, o único limite ao crescimento das vendas e a explosão dos lucros em caso de sucesso é o tamanho do mercado ou do segmento de mercado sobre o qual o bem cultural procura chegar para obter sucesso (MÉNARD, 2004, p. 67).

Se a produção em massa for possível de fazer com a reprodutibilidade do suporte, não se constitui mais do que uma potencialidade. Todos os produtores não procuram, obrigatoriamente, um mercado de massa, conforme visto nos mercados de ciclo longo apresentados por Bourdieu (2005). Ao contrário, muitos deles exploram e, com sucesso, nichos ou segmentos de mercado relativamente estreitos – como no caso de jóias e livros

raros. No mais, a reprodutibilidade de um bem não impõe uma industrialização completa da cadeia industrial em questão (Ménard, 2004). Há numerosas atividades pré-industriais ou que recorrem a um modo de produção artesanal. Assim, a criação (o trabalho dos autores, criadores e artesãos) e, em uma larga medida, a concepção e a produção, elas mesmas, são pouco afetadas pela industrialização.

ii) A obra como um importante trabalho de criação

O papel central exercido pelo empreendedor cultural (incluindo-se aqui produtores, editores e diretores) é gerar o processo criativo. Sua função consiste em escolher, julgar e autenticar o valor e a qualidade de uma obra, participar plenamente da produção final, assegurar a reprodução em múltiplos exemplares e ir adiante como intermediário entre criadores e consumidores de bens culturais (Ménard, 2004). Ao acompanhar o criador ou o artista, ele permite que o produto bruto se transforme em produto final, ainda que ele participe também da construção da imagem do criador, ou seja, do prestígio, capital simbólico e financeiro investidos para aumentar o valor cultural do produto. O produtor e o editor passam a ser o intermediário incontornável entre os criadores e os consumidores de bens culturais.

Segundo o autor, que mais uma vez recorre à dupla lógica de Bourdieu (2005), a estrutura do mercado de trabalho cultural se baseia sobre a existência de uma *vasta reserva de mão-de-obra técnica e artística*. Essa reserva de valor toma forma de diferentes ‘viveiros’ constantemente renováveis, compreendendo por sua vez uma base de artistas e criadores (estabelecidos ou temporários), através da qual produtores e editores podem consolidar ou renovar sua produção.

Trata-se de uma base de técnicos e trabalhadores especializados e mesmo não especializados que estejam prontos a construir uma carreira, que podem ser vistos em duas categorias: i) o primeiro grupo compreende os artistas, autores, intérpretes e artesãos, como aqueles do domínio da fonografia e do espetáculo (autores, compositores, arranjadores, músicos, coristas, intérpretes, diretores, coreógrafos, iluminadores, diretores de arte e figurinistas); do mercado editorial (escritores, redatores, ilustradores e tradutores); da produção cinematográfica e audiovisual (roteiristas, atores e cineasta) e dos artesãos. ii) O segundo grupo compreende a mão-de-obra técnica especializada na área cultural no domínio da fonografia e do espetáculo (operadores e engenheiros de som, gráficos, iluminadores, decoradores, sonoplastas, eletricitas e maquinistas); do mercado editorial (editores, revisores, diagramadores e gráficos) e da produção cinematográfica e audiovisual (equipes de produção, construção de cenários, efeitos especiais, roupas, maquiadores, operadores de câmera, som, pós-produção etc). “Da mesma forma, existem duas maneiras de remuneração dos criadores e dos técnicos. De um lado, as quantias diretamente ligadas

à produção e contabilizadas nos custos de produção. De outro, as quantias tiradas da reprodução, vendas e comercialização das obras” (Ménard, 2004, p. 70-71).

Há dois mecanismos distintos de contratação de pessoal: segmentos de mão-de-obra estável (setor público, por ex.) e sazonal (cinema, espetáculos ao vivo etc). Esta é a que mais cresce em termos de atividades culturais. “O emprego temporário permite que a produção se adapte a projetos cuja continuidade não é garantida no tempo e contrate pessoas especializadas em determinadas tarefas. Paradoxalmente, isso provoca um aumento nos custos de produção porque estimula a competição entre os produtores pela contratação de atores ou técnicos de reconhecida competência” (Benhamou, 2007, p. 41).

Essa tripla singularidade do mercado de trabalho cultural – presença de dois tipos de trabalhador cultural, de uma vasta reserva de mão-de-obra e de duas formas de remuneração – se explica pela dificuldade de controlar ou de planificar o processo criativo, mesmo que pela necessidade, pelos produtores, de se adaptarem às mudanças incessantes dos modos e das tendências do mercado (Ménard, 2004).

iii) A constante renovação da oferta

O mercado cultural exige uma constante e muito rápida renovação dos produtos. Se certas obras, ditas clássicas, têm uma duração prolongada, a maioria dos produtos é de uma rápida – ou cada vez mais rápida – obsolescência. O fenômeno resulta em parte do fato de que a cultura seja um processo incessante de redefinição de sentido somado às imprevisibilidades das motivações intrínsecas dos artistas e de suas criações, notadamente suas exigências pela novidade e pela renovação.

A inovação (a criatividade, se preferimos assim) é endógena e constitui o motor do crescimento econômico. Como suas idéias não são opostas (a utilização de uma idéia não impede a utilização simultânea da mesma idéia por qualquer outro), nem rara (ao contrário dos recursos materiais), não há limites àquilo que se possa inventar, embora a descoberta (a criação) seja um processo cumulativo que gera externalidades positivas e lucros crescentes. “É ele que explica o caráter explosivo da criação artística, de forma que pouco a pouco as pessoas podem, e devem, se dedicar às atividades culturais. De onde se tem uma oferta em crescimento exponencial [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 71-72), quadro potencializado porque as barreiras criadas para os interessados em investir no mercado cultural se limitem à competência artística e técnica dos criadores e à sua capacidade de reunir os fundos necessários à produção de um protótipo (manuscrito, demonstrativo).

iv) O caráter altamente aleatório da demanda

O mercado cultural se caracteriza por sua constante imprevisibilidade. O gosto do público, apesar dos progressos tecnológicos e do *marketing*, é dificilmente previsível. Podem-se investir milhares de dólares em um produto, ou mesmo milhões, sem qualquer garantia de reação do público. Assim, a demanda é aleatória e imprevisível. Benhamou reitera ao dizer que “os produtos são bens de experiência, cuja qualidade o consumidor ignora de antemão, por ser muito elevada a diversidade de produtos disponíveis” (Benhamou, 2007, p. 114). De qualquer forma, institutos sociais, econômicos e de *marketing* buscam desenvolver instâncias de legitimação para remediar a tal situação problemática:

- i) sondagens e promoção (*displays*, *spots*, difusão de discos no rádio, *sites* etc);
- ii) presença de “recomendadores” reconhecidos (críticas e comentários, revistas especializadas etc.);
- iii) desenvolvimento de reputação (imagem da marca de determinado produto, editor, autor, intérprete ou realizador; enfim, um selo de qualidade que favoreça a compra);
- iv) a publicação ou a difusão recorrente de listas dos mais vendidos ou vistos (a quantidade vendida é então apresentada como um índice de qualidade) e
- v) a criação de clubes, revistas, grupos de discussão destinados não só a favorecer a difusão das informações, mas também a fazer com que as pessoas troquem e discutam entre si o mérito dos artistas e de suas obras em outros contextos informais.

De qualquer forma, essa incerteza demonstra que há um risco elevado associado ao bem cultural. Outros recursos são produzidos para minimizar tal risco:

- i) a multiplicação de produtos colocados no mercado, de forma a se constituir um catálogo de títulos suficientemente estendido para que os produtos que vendam bem contrabalancem aqueles que vendam menos. A antecipação dos lucros se faz sobre o conjunto da produção e não sobre as vendas de cada título;
- ii) a exploração máxima das estrelas, dos temas e das fórmulas da moda;
- iii) a tentativa de atender o mais rápido possível a uma massa crítica de consumidores por uma promoção intensiva ou por investimentos publicitários massivos (*blockbusting*) para o controle dos “fazedores de opinião”;

- iv) a pesquisa permanente de novos talentos, temas e fórmulas (ou viveiros, mencionados precedentemente) e
- v) tais questões reiteram, por fim, a importância do tamanho das empresas. Somente os grandes grupos, de fato, dispõem de grandes montantes financeiros para colocar em prática as estratégias de promoção e de publicidade massivas. Os pequenos, em grande parte, ficam reduzidos à perpétua pesquisa de novos talentos (Ménard, 2004, p. 74-77, *passim*).

v) O caráter de protótipo

O bem cultural é estabelecido sobre um trabalho criativo no qual o valor de uso é, *a priori*, indeterminado e único, de maneira similar a um protótipo. Assim, com os bens culturais, também temos indústrias de protótipos: cada produto é, em um espectro amplo do termo, uma novidade. A analogia mais imediata é a de uma atividade de pesquisa e desenvolvimento (P&D): de fato, a criação e a produção culturais se traduzem por um cruzamento constante da variedade dos bens disponíveis ao consumo ou ainda pelo cruzamento da qualidade percebida dos bens ou sua substituição por outros bens, que se tornem obsoletos. No domínio cultural, ao contrário, todos os custos de produção são calculados antes de se conhecer o sucesso potencial de um livro, disco ou filme. Cada teste não pode ser feito antes do lançamento do produto (possível exceção para as prévias de filmes de alguns estúdios antes da montagem final). O risco é elevado pois grande parte dos custos fixos é irrecuperável (Ménard, 2004).

É precisamente o caráter prototípico dos bens culturais que explica tal situação. Diante de seu ato criativo, a motivação intrínseca do criador – preocupado com a qualidade de seu trabalho e sua obra – pede esforços consideráveis para desenvolver elementos originais, tentar as proezas técnicas ou a realizar as inovações formais, sem que os consumidores sejam capazes, em média, de apreciar tais particularidades e características ou mesmo percebê-las. O que reforça o caráter único de cada obra. “A unicidade de um filme, por exemplo, parecerá evidente quando o seu realizador possui um estilo fortemente pessoal, o que constitui também um excelente argumento de vendas” (Ménard, 2004, p. 77-78). Cada bem cultural é fortemente diferenciado e a natureza de protótipo torna impossível a duplicação pura e simples, não reproduzindo simplesmente, como sugere Ménard, as obras de quebequenses como um Denys Arcand [diretor de cinema], Daniel Bélanger [músico e compositor] ou Réjean Ducharme [escritor].

Esta unicidade fica mais explícita diante de certo caráter não-substituível dos produtos culturais de mesmo gênero, ao contrário dos bens industriais correntes, nos quais a substituição de marcas concorrentes, como dentífricos, cervejas e sabonetes, pode ser

mais elevada. “O autor de uma obra (e o produtor ao qual ele cede os direitos de exploração) detém um monopólio (temporário) sobre certa obra, estabelecido pelos direitos de autor, podendo interditar a distribuição, reprodução ou venda não autorizada de exemplares de certa obra [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 78).

Esse caráter prototípico pode ser relativo, pois se pode recorrer à fórmula do filão para se tentarem multiplicar sucessos recentes de produtos semelhantes “como clones de Britney Spears ou *reality shows* para a TV” (Ménard, 2004, p. 78.). Retomando uma observação de Morin (1997), podemos dizer que, no seio da indústria cultural, há uma tensão constante entre a tendência criativa à individualização e a tendência industrial à estandardização ou ainda à dialética de diferenciação e de uniformização. Também vale observar que, talvez quanto mais autoral for a obra e, conseqüentemente, mais estilo tiver o autor, menos chance ela terá de ser estandardizada.

4.3.2.2.1 Quatro funções essenciais

Quatro funções essenciais e comuns são propostas por Ménard (2004) a todas as indústrias culturais que permitam que a obra saia da inovação para o público: a criação, a produção, a difusão-distribuição e a disposição ou comercialização – o que nos leva a defender que instituições ligadas ao mundo da arte, como uma incubadora cultural, devam considerá-las em seu conjunto.

A criação se refere à concepção de obras culturais originais, sob a forma de bens simbólicos, incorporando certo tipo de propriedade intelectual. É função não industrial, aleatória e de difícil controle ou planejamento, ligada, em larga medida, à motivação intrínseca dos criadores – os quais, muitas vezes, produzem um número de obras superior a um critério de eficiência econômica e recebem uma quantia em dinheiro inferior à sua habilidade, talento e educação do mercado de trabalho. Os criadores se dividem em dois tipos de trabalhadores: os artistas, autores, intérpretes e artesãos, de um lado, e a mão de obra técnica especializada na área cultural, de outro.

A produção é o processo que permite que a obra original se transforme em obra disponível. Nas indústrias culturais, as empresas de produção constituem o motor das cadeias econômicas. Produtores ou editores são intermediários entre criadores e público, assumem o risco financeiro e escolhem as obras a serem colocadas no mercado. Participam da elaboração dos conceitos e é o empregador do conjunto dos que participam da produção. Ele igualmente distribui os direitos, cachês e salários aos artistas, autores e mão-de-obra técnica que são a origem da produção. A produção do trabalho artístico é fundamentalmente diferente da gestão do trabalho industrial típico: “as características de produção da obra e termos de sua realização devem ser simultaneamente negociados com os criadores e não

poderão envolver-se no objeto de suas escolhas artísticas [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p. 91).

Uma observação importante na comparação da produção prototípica das obras reproduzíveis com a das únicas: enquanto Ménard mostra que naquelas seu custo matricial de produção diminui à medida que haja ganhos na escala de reprodução (como um CD), aumentando seu valor no mercado, nas únicas observa-se o contrário: o preço da obra (como uma escultura ou litografia) perde valor no mercado à medida que ultrapasse determinado número de cópias – exatamente porque seu caráter de unicidade artística esteja vinculado à unicidade da obra “única”, o que não é o caso da obra múltipla. Salvo, claro, quando essa multiplicidade da obra única não esteja dada em si, como no caso anterior, mas vinculada a uma estratégia de réplica, de multiplicidade da indústria cultural. Uma litografia que ultrapasse número “x” de cópias, por exemplo, perde valor no mercado. Mas a venda de réplicas de quadros famosos – submetidos assim à lógica da indústria cultural, pode reforçar o orçamento de museus e galerias.

A difusão-distribuição pode se definir como a oferta dos bens produzidos na etapa precedente. No caso dos bens materiais (livros, discos, videocassetes, DVD etc), essa função se assemelha ao comércio tradicional. Ela se ocupa de suscitar e de tratar os comandos dos vendedores por intermédio de uma rede de representantes (Ménard, 2004).

Colocar à disposição ou à comercialização se define como a oferta do produto cultural ao consumidor final. Essa função inclui o conjunto de comércio oferecido pelos produtos culturais os quais são especializados (livrarias, discotecas, salas de cinema, locadoras, lojas de produtos artesanais) ou não (grandes lojas, lojas de departamentos, comércios não especializados). No caso da difusão eletrônica, dos espetáculos em salas e dos eventos culturais, as funções de difusão e disposição não são únicas.

4.4 Economia da cultura e financiamento público das artes

Do ponto de vista da política cultural, também vale lembrar o equilíbrio nem sempre existente, do ponto de vista do financiamento público, nos níveis nacional, estadual e local. Mas mesmo nos países que despendem largas somas em políticas culturais, o orçamento destinado à cultura é apenas uma pequena proporção do gasto governamental - geralmente menos de 1% do orçamento total. Uma boa razão porque os problemas surgem nas finanças públicas do setor cultural é que a coleta de dados e sua análise estão ainda muito pouco satisfatória, mesmo nos países onde as políticas culturais sejam bem desenvolvidas. Ou seja, é bem conhecido que a economia das artes é mal servida pelas estatísticas nacionais (Towse, 2003a).

O princípio de referência que vem sendo cada vez mais adotado para unificar as indústrias culturais é sua confiança nas leis de *copyright* para proteger o conteúdo cultural ou criativo, a propriedade intelectual. As indústrias protegidas por *copyright* tornaram-se virtualmente sinônimas com as indústrias culturais e, como elas, têm sido mensuradas por sua contribuição junto ao PIB em numerosos países. Uma lista típica consiste em publicidade, arquitetura, o mercado artístico, artesanato, design, moda, filmes, indústria musical, artes cênicas e performáticas, mercado editorial, *software*, brinquedos e jogos, televisão, rádio e vídeo. Tal mensuração é diferente entre os países, tornando as comparações quase impossíveis, mas um cruzamento de fontes distintas permite esboçar o seguinte quadro para alguns países da América.

Tabela 1 - Percentual do PIB nacional ligado à cultura – vários países

País	Ano referência	Valor do PIB (em US\$ bilhões)	PIB cultural (relacionado às indústrias culturais – em US\$ milhões)	Contribuição do setor cultural ao PIB do país (% das indústrias culturais sobre PIB nacional)
Argentina	2003*	276,8	8.030	2,9
Brasil	2003*	593,7	18.396	3,1
Canadá	2003**	934	22.800	2,4
Colômbia	2001***	-	-	2
Chile	Média entre 1990 a 1998***	-	-	2
Equador	2001(?)***	-	-	1,79
Estados Unidos	2001***	-	-	7,75
Paraguai	2003*	21	596.000	2,87
Uruguai	1997***	-	-	6
Venezuela	2001(?)***	-	-	2,3

Fontes: * *Indústria Cultural: Cultura, Identidade e Economia no Mercosul*, pôster da UFRGS, apresentado durante o XII Congresso Brasileiro de Sociologia – Sociologia e Realidade: Pesquisa Social no Século XXI. 31 de maio a 3 de junho de 2005 – Fafich/UFMG. ** Canadá Direto, programa da Rádio Canadá Internacional, 10 de junho de 2005. *** Organização dos Estados Americanos (2004): *Executive Summary of the Study for Theme 1: "Culture as an engine for economic growth, employment and development"*. OAS/CIDI.

Percebe-se, pela TABELA 1, uma importante participação na vida econômica de cada país. Várias pesquisas e dados apontam ainda para um efeito multiplicador dos gastos culturais no incremento econômico: a primeira mensuração sobre o impacto da cultura em Nova Iorque, realizada em 1992, apontou 55 bilhões de francos (1992) relacionados ao mercado cultural. Pouco antes, em meados da década de 1980, vários estudos enfatizaram a importância da cultura na vida econômica da cidade de Nova Jérsei (1983) e da Grã-Bretanha, inclusive Escócia. “No Quebec, a atividade de três organismos culturais – uma orquestra, um museu e um festival – teria gerado rendas da ordem de 1,5 a 3 vezes superiores aos gastos feitos” (Benhamou, 2007, p. 151).

Nessa ação da economia da cultura emergem três categorias de fluxo: diretas (gastos locais, salários, compras feitas das instituições); indiretas (gastos efetuados por todos aqueles que freqüentam o organismo cultural) e induzidas (retornos positivos desses

gastos em longo prazo). “Todos esses estudos mostram que o investimento cultural gera fluxos de renda multiplicados. Parece impor-se a conclusão: gastar com a cultura redonda em benefício para a vida econômica” (Benhamou, 2007, p. 151).

As críticas às políticas culturais aparecem sob três aspectos: ineficiência das instituições ou regulamentações em comparação ao jogo do mercado, na qual, as falhas de mercado não justificam intervenção pública, mecanismo que pode ser ainda menos eficiente; superavaliação dos efeitos externos positivos e, por fim, os efeitos anti-redistributivos das subvenções concedidas (Benhamou, 2007, p. 168).

Diante do apoio de dinheiro público para artes, existem dois aspectos: o primeiro deles é a questão positiva, na qual se analisa a extensão desse apoio pelo governo e o outro é a questão normativa, se as artes devem receber ou não tal apoio e, caso afirmativo, em que extensão (Frey, 2003).

Mas há uma diferença básica entre os dois tipos de apoio: no caso do gasto direto, a decisão sobre o tamanho e os beneficiados é tomada pelo setor público, freqüentemente pela burocracia governamental em seus níveis municipal, estadual e federal. No caso do gasto através dos impostos, muitas vezes estabelecidas através da renúncia fiscal, a decisão é delegada para empresas ou indivíduos, o que pode levar ao apoio a um tamanho e tipo de arte diferente. Assim, há uma tendência de que artes mais experimentais e controversas tendam a obter menos apoio. Apesar de Frey dizer que esse risco é mais freqüente no apoio governamental, receoso de escândalos que possam ser produzidos por esse tipo de arte, observa-se que esse risco também pode acontecer no apoio indireto através de firmas e indivíduos, mais interessados em audiência certa para produtos e artistas consagrados – ou mesmo mercadorias culturais e ofícios – do que em trabalhos experimentais.

Para Frey (2003), Ménard (2004) e Benhamou (2007), o consumo artístico de uma pessoa tende a não reduzir o consumo de outra. Tal condição pode ser aplicada à cultura como bem público como um todo ou em parte. Por exemplo, a beleza de uma cidade cultural pode ser aproveitada por várias pessoas sem que elas tenham que, especificamente, pagar por tal benefício. Em contraste, o consumo cultural proveniente de óperas e museus não é um bem público porque as pessoas que não pagam são geralmente excluídas como no exemplo citado por Benhamou sobre visitantes de museus que contemplam um mesmo quadro ou como o público de um show de *rock* ou ópera. Mas, voltando à premissa dos autores, ainda que pago, ele pode manter, contudo, seu caráter coletivo.

Um detalhe importante é que mesmo aqueles que nunca foram a um evento cultural ou visitaram instituições culturais podem sair da condição de não-consumidores para a de potenciais futuros consumidores, através do prestígio indireto ou dos benefícios da qualidade de vida que eles podem receber através da existência de ativos culturais em sua

comunidade. Ou ainda, mesmo “através de seu interesse em preservar tais ativos para seus herdeiros (valor de legado)” (Seaman, 2003, p. 224). As pessoas sabem, de antemão, que elas podem nunca comparecer a uma produção artística, mas valorizam a existência desta atividade. (Frey, 2003). Podem até não valorizar a arte, mas a consideram como um legado para gerações futuras: a produção artística está muito identificada com a identidade nacional, prestígio, coesão social e formação humanitária. Assim, bens culturais, industriais inclusive, geram externalidades positivas e significativas, benefícios que não são captados por um preço determinado pelo mercado: constituem mercados particulares com mercadorias cujos efeitos externos podem ser públicos ou privados.

São públicos quando enriquecem a cultura/civilização de uma nação ou favorecem a criação e mantém a coesão social e de identidade nacional. Queremos discutir nossas crenças e gostos para poder compartilhar com os outros. Ou nas discussões informais ao trabalho, durante os intervalos, com os amigos e conhecidos, interessados naqueles bens culturais que nós vimos, lemos ou entendemos. É uma conversa que fala sobre o comportamento de um personagem de uma novela, mesmo em uma discussão que confronte nossas idéias e mesmo que se isso se dê de forma implícita. Os produtos culturais, industrializados ou não, favorecem então as discussões informais sobre os valores e as crenças e os permitem servir de base à formação e ao entretenimento da coesão social e da identidade nacional. A coesão nacional e a identidade nacional, evidentemente, são os bens sociais (...). Eles se comportam como bens coletivos puros, seu consumo por uma pessoa não impede outra de consumir simultaneamente o mesmo bem e não se pode impedir qualquer pessoa de consumir tais bens, de sorte que as empresas privadas de uma economia de mercado não as fornecerão em quantidade suficiente [tradução nossa]. (MÉNARD, 2004, p. 80)

Efeitos externos públicos podem igualmente ser intertemporais e intergeracionais: o consumidor que opte por um produto cultural contribui para a densidade e a diversificação da base cultural necessária à produção cultural futura. Ou seja, entra em jogo o caráter cumulativo das idéias e dos conhecimentos. “A produção cultural de hoje beneficia os criadores de demandas, assim como os criadores de hoje se beneficiam da existência e do conhecimento de um Shakespeare, Mozart, Balzac ou Chaplin. Pelo menos uma vez ela traz externalidades que o mercado não tem como comprar [tradução nossa]” (Ménard, 2004, p.80).

Mas as externalidades podem, igualmente, ser privadas. A presença de um teatro, de um grupo de dança ou de uma sala de cinema em uma cidade, por exemplo, vai gerar externalidades positivas para as empresas ao redor, como cafés e restaurantes. Da mesma forma, os efeitos externos podem gerar turismo pela presença de patrimônios, museus e galerias de arte. Enfim, as artes e os festivais gerados pelos benefícios externos das indústrias culturais, em particular a grande mídia, porque as primeiras constituem terrenos de experimentação e promoção.

Há de fato melhorias a longo prazo na produtividade e no desenvolvimento econômico conectadas ao ativo cultural, bem como, em terceiro lugar, àquelas de curto prazo, relacionadas ao investimento diretamente relacionado a um ativo cultural na região (empregos, turismo). Os gastos com artes podem aumentar a demanda por outras atividades econômicas, como hotéis, restaurantes e serviços de viagem (Seaman, 2003).

Mas Frey (2003) pede cautela em tais estudos, especialmente no que tange ao apoio público, pois podem indicar um movimento comercial adicional ao invés de valor agregado. Afinal, um evento esportivo pode até gerar mais atividades econômicas para o turismo de uma cidade que uma atividade cultural – e se evidencia exatamente o peso e a importância de uma política de cultura.

Frey também elenca outras justificativas para o apoio governamental: o mérito do trabalho (que nem sempre deve coincidir com aquele que o consumidor quer ver), falta de informação (poucos são informados sobre o que acontece no mundo da arte – o que pode revelar também desinteresse por essa área), distribuição de renda (o apoio governamental permite que produções possam ser vistas por aqueles que não teriam como pagar para vê-las). Pode-se incluir ainda o estímulo a uma competitividade menos monopolística na venda de objetos e serviços artísticos (um problema típico da indústria cultural conforme apontado anteriormente); apoio a produções com o objetivo de diminuir o custo; apoio junto a grupos de artes cênicas para minimizar o custo de pressão que recai sobre esses grupos (o mal de custo Baumol). Por fim, subsídio ao salário já que o artista tende a ser mais pobre, em média, do que outros membros da sociedade.

Entretanto, nesse último ponto, Abbing (2003), aponta argumentos contrários. Para Abbing, quando artistas criativos como compositores, escritores e artistas visuais, mas também muitos artistas performáticos como dançarinos e atores, recebem mais rendimentos, eles geralmente não os utilizam para trabalhar menos horas em suas atividades artísticas para assim ter mais tempo para seu lazer, mas, ao contrário, eles os utilizam para trabalhar mais horas em suas atividades.

Para o autor, produzir arte não é uma atividade mística de auto-satisfação, mas, como em outras profissões, ela é um meio para obter compensações, não somente em termos de dinheiro e satisfação própria, mas também sob a forma de compensações não-monetárias, como visto em Smith (1996), tais como reconhecimento pelos pares, *status* e satisfação própria, na maioria do que a média dos profissionais tem. Mais precisamente, eles têm uma forte inclinação a trocar rendimentos financeiros por rendimentos não monetários. Tal inclinação pode ser interpretada como uma qualidade virtuosa dos artistas, que é cada vez mais rara na sociedade contemporânea, mas que também pode ser parte do *habitus* do artista (conforme propõe Bourdieu).

De qualquer forma, Abbing diz que estudos comprovam que artistas sacrificam rendimentos monetários para trabalhar mais horas em sua profissão, e novos artistas continuam a entrar no mundo da arte, apesar do baixo rendimento. Como visto, isso será complementado com um outro emprego, benefícios sociais etc. Da mesma forma que Smith (1996) observava, em locais onde poucos artistas recebem grandes somas de dinheiro e dominam sua atividade, outros recebem baixos pagamentos. Mesmo com a diferença de talentos, a questão se explica porque, como os artistas se oferecem em múltiplas atividades, o talento pode ser observado a quase custo algum.

O mercado de trabalho artístico age então como uma loteria, como também dito por Smith (1996): apesar do risco ligado a profissões nas quais 'vinte caem para o sucesso de um', pode-se observar um elevado número de aspirantes. Mas, para Abbing, muitos fatores explicam o paradoxo: as pessoas tentam iniciar-se na profissão artística, quando são jovens e podem assumir um alto nível de incerteza. E, como no caso das loterias, os vencedores podem obter grande soma de dinheiro, fazendo com que os artistas superestimem suas chances de fama e sucesso: "o desenvolvimento da carreira artística assemelha-se assim a um processo de acumulação de informações que permite ao artista avaliar seu próprio talento e estimar seu valor de mercado, na medida dos fracassos ou dos sucessos com que se depara" (Benhamou, 2007, p. 45).

Para Benhamou, o artista conta com a remuneração do cônjuge ou outro aparentado, o qual permite a regularidade de uma renda para que ele se arrisque na empreitada artística. Há casos, porém, como citado, em que o próprio artista irá exercer essa dupla função. O recurso da múltipla atividade ou atividade complementar traz, na França, segundo a autora, 10% dos indivíduos envolvidos com profissão cultural contra 3% dos demais trabalhadores.

Mas Abbing (2003) defende que esse mecanismo leva a uma 'pobreza' estrutural no financiamento das artes: se mais dinheiro flui, seja de vendas, doações, benefícios ou subsídios, mais artistas surgem e o rendimento desses não aumenta – e daí a idéia de 'pobreza' defendida pelo autor: a média de horas recebidas pelo trabalho nas artes é tão baixa que os artistas não conseguem viver exclusivamente como artistas. Porém, onde o subsídio para as artes é relativamente generoso, o número de artistas *per capita* será maior do que em uma situação na qual os subsídios sejam em menor número. Cita como exemplo um programa alemão criado em 1949 para permitir que artistas vendessem arte a autoridades locais de forma a complementar sua renda. O programa foi reduzido em 1983 devido ao aumento significativo do número de artistas e à expansão de escolas de arte, sendo finalizado quatro anos mais tarde.

Por isso o autor apresenta uma distinção entre 'pobreza compensada' e 'pobreza não-compensada'. Se artistas bem informados trocam dinheiro por outras compensações,

como satisfação privada, reconhecimento e *status*, Abbing diz que sua pobreza financeira é *compensada*. Contudo, a penalidade do rendimento *não é compensada* ou é parcialmente compensada e a pobreza pode ser real para aqueles artistas e amadores menos informados sobre suas chances de obter ganhos não-monetários. Em consonância com as idéias de Throsby (2003), subsídios podem, assim, aumentar a produção, mas não o rendimento dos artistas. Há, portanto, uma idéia junto a determinado grupo de artistas de que seja possível manter empregos múltiplos e atrativos – o que faz com que esses artistas diversifiquem riscos através de suas escolhas ocupacionais: mesmo que pudessem dedicar-se o tempo todo à arte, eles não o deveriam fazê-lo.

O argumento de Abbing caminha para uma postura contrária ao subsídio artístico – ele é contra-producente porque ao aumentar o número de artistas, mais artistas tornar-se-iam ‘pobres’, crescendo a ‘pobreza’ do artista. Argumento que se radicaliza, quando o autor sugere que uma maneira de redução dessa pobreza estaria numa espécie de desencorajamento para que jovens não entrassem no mundo das artes. De qualquer forma, conclui que os governos não vão adotar essa estratégia, pois têm interesse na razão “mitológica” artística e identitária em seu envolvimento com arte, razão abordada também por Seaman (2003) e Frey (2003), mas defendida por Ménard (2004) e Benhamou (2007).

A subvenção artística é polêmica, mas a idéia de que a ajuda pública esteja sendo concedida a artistas imorais e incapazes “é um velho argumento que custou muito infortúnio aos melhores artistas de seu tempo” (Benhamou, 2007, p. 175). Afinal, segue a autora, um Estado democrático “não pode aspirar à clarividência em matéria de escolha artística. Dividido entre o gosto, às vezes ditatorial, da gente mundana que fabrica no dia-a-dia a notoriedade da mídia, entre os imperativos do Ibope ou as escolhas por uma administração pública sem competência para fazê-las, o Estado está fadado ao erro” (Benhamou, 2007, p. 175).

Condicionar o gasto cultural ao economicismo puro e simples seria endossar o clássico ataque neoliberal da ineficiência e da letargia artística. “Não seria o caso de, com apoio em Pierre Bourdieu”, pergunta a autora, “considerar o fato de que a falta de cultura vem acompanhada no mais das vezes da *falta do sentimento dessa falta?*” (Benhamou, 2007, p. 181, grifo nosso).

4.5 Quarta proposição: economia da cultura e incubadoras artístico-culturais

Podemos resumir nossa proposição de análise ao buscar a constatação, junto às incubadoras, da ocorrência dos três eixos econômicos principais citados e relacionados às obras de arte: se o processo de incubação artística em questão se caracteriza pela existência de grupos ou artistas ligados à produção de obras únicas ou se também inclui

aqueles de obras múltiplas – em ações, portanto, que não ficam só retidas ao *marketing*, mas incluem ainda a mercantilização e a industrialização. Em cada uma, pode ainda ocorrer o contraponto ofício/mercadoria cultural x obra de arte, subordinados a diferentes e variáveis escalas de produção.

Por fim – e retomando a discussão de abertura do capítulo – considerar também a economia da cultura em seu aspecto de documentação econômica da vida cultural, através da reunião de dados, estudos e diagnósticos sobre cadeias produtivas, elaboradas pela iniciativa privada ou pelo poder público e ainda os desafios do financiamento público.

Na assertiva de Abbing, os artistas que não conseguem viver de sua arte e, conseqüentemente, gastam dinheiro em suas atividades artísticas devem ser considerados como consumidores, como se gastassem dinheiro com um *hobby* e não como produtores. Por isso, uma distinção profissional deve ser aprimorada para conduzir o financiamento público – e pode advir, como sugerido por Markusen ao final do capítulo 3, da análise ocupacional dos artistas – o que remete até mesmo à maneira como eles serão classificados, indexados e ordenados, por exemplo, no Código Brasileiro de Ocupação (CBO).

Além da descontinuidade da atividade citada por Abbing (artistas podem ter vários empregos ao mesmo tempo) Benhamou lembra também que, nessa ocupação artística, há a troca de um trabalho pelo outro, já que muitos projetos são limitados no tempo (trabalhos temporários em festivais, séries de concertos, fotógrafos que trabalham por um período curto etc). Nesse ponto, voltamos à necessidade de compreensão do jogo institucional do mundo da arte, discutido no capítulo 2, que será caro, por exemplo, às incubadoras artístico-culturais, uma vez que, certamente, os artistas constituirão o seu principal público e a busca por subsídios, provavelmente, uma de suas metas.

Verifica-se assim a existência de um modelo anglo-saxão, pouco intervencionista no financiamento cultural, e, de outro, o da Europa Meridional, ou latino, diria, para que pudéssemos incluir o exemplo sul-americano e quebequense, mais inclinado ao financiamento público na política cultural. A França, por exemplo, segundo Benhamou, continua adepta da crença segundo a qual o gasto cultural é responsabilidade do Estado, o qual destina perto de 1% de seu orçamento ao setor cultural.

Assim estreitamos ainda mais as propostas lançadas no capítulo anterior a partir da economia e em direção às incubadoras artístico-culturais. No próximo capítulo, será apresentada a política cultural dos governos nos dois países estudados.

5 A POLÍTICA CULTURAL NO BRASIL E NO CANADÁ

Para Rischynski (2008), a Convenção sobre proteção e promoção da diversidade cultural uniu Brasil e Canadá, dois países-chave do processo que, agora, três anos após a aprovação, devem concluir o desafio de sua implementação. As federações brasileira e canadense e nesta, em especial, a província do Quebec, contudo, apresentam trajetórias distintas no que tange à questão de suas políticas culturais – em especial a partir da década de 1960.

É a partir desse período que este capítulo faz uma retrospectiva da história recente das políticas culturais¹⁰ do Brasil e do Canadá, destacando o Quebec. O capítulo apresenta quatro seções. Na primeira, apresentamos um panorama histórico das políticas culturais no Brasil a partir do regime militar estabelecido em 1964 até a atual gestão ministerial do governo Lula. Na terceira, tem início a revisão do tema no escopo canadense, mas enfatizando a província do Quebec.

Antes, porém, a segunda seção aborda, respectiva e brevemente, aspectos necessários para maior entendimento da política cultural quebequense: a história e a questão nacionalista. Por fim, a quarta seção traz algumas comparações entre ambas as trajetórias à luz do tema das incubadoras artístico-culturais.

5.1 A política cultural no Brasil

Em função do acirramento das forças políticas vitoriosas no golpe militar de 1964 no Brasil, a partir do AI-5 (1968), surge uma tendência no mercado de bens culturais brasileiros de deixar à iniciativa privada as melhores oportunidades de investimentos no setor cultural, como aqueles ligados às indústrias culturais fonográficas e editoriais, por exemplo, enquanto seria tarefa do Estado o subsídio a atividades econômicas mais deficitárias, como a ópera e o balé, além da preservação do patrimônio nacional. Cabe destacar ainda que, desde a criação do Conselho Federal de Cultura (1966), observa-se um gradativo alheamento de boa parte de intelectuais e artistas das ações governamentais. “A insegurança e o medo gerados pelos desmandos cometidos pelos serviços de segurança e censura, quer sobre pessoas, quer sobre obras, acabaram se convertendo em óbices à colaboração com os esforços dos dirigentes culturais do regime” (Miceli, 1984, p. 27). Embora não houvesse o destroçamento institucional da cultura como se observou nas ditaduras argentina, uruguaia

¹⁰ O termo *política cultural* “é entendido habitualmente como programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sob este entendimento imediato, a política cultural apresenta-se assim como o conjunto de iniciativas, tomadas por esses agentes, visando promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e a divulgação de seu patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável” (Coelho, 1997, p. 293).

ou chilena, inúmeros empreendimentos culturais acabaram se tornando inviáveis pela ingerência dos agentes do governo, pela decisão dos artistas e intelectuais e, acrescentaria aqui, reiterando um outro aspecto conseqüente desta situação política, pela restrição do espaço público¹¹ (Miceli, 1984).

Assim, “o elemento propulsor do trabalho cultural desenvolvido pelas instituições públicas federais deriva de uma postura patrimonial, que se volta para a restauração de monumentos de ‘pedra e cal’ e obras de arte do passado” (Miceli, 1984, p. 28), como o Programa de reconstrução de cidades históricas (PCH), lançado em 1973 e posteriormente incorporado (1979) ao Instituto de Preservação do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN, criado em 1970), além do protecionismo material, do folclore e de ações pontuais da atividade artística. Tal postura patrimonial atinge vetores institucionais mais executivos do Ministério da Educação e Cultura, como a Embrafilme (criada em 1969 e com ações ampliadas a partir de 1975, com a extinção do Instituto Nacional do Cinema) ou a Funarte (criada em 1975). O caráter preservacionista dos bens patrimoniais se deve, sobretudo, ao fato de se terem tornado objeto de consumo cultural exclusivo de certa parte culta dos grupos dirigentes (Miceli, 1984).

O documento-síntese *Política nacional de cultura*, editado em 1975 pelo ministro Ney Braga (que assumira o MEC no ano anterior em substituição a Jarbas Passarinho, ministro desde 1969) reitera a postura de “salvaguarda do patrimônio histórico e artístico” a única esfera de órgãos e agentes do poder público, na qual a dimensão do folclore, da cultura popular, aparece, embora como “patrimônio menor”.

Em 1979, a gestão Portela lida com “pares conceituais idênticos, porém com os sinais trocados (...) a orientação em pauta privilegia as manifestações contemporâneas das classes dirigentes, valendo-se de expressões como ‘cultura de sobrevivência’ ou ‘cultura de resistência’” (Miceli, 1984, p. 28), o que tenderá a criar, ainda que involuntariamente, uma linha de conflito entre os artistas ditos populares e aqueles ditos eruditos, que precisavam da subvenção do Estado, no conflito entre as vertentes “executiva” e “patrimonial”. E, por isso, desde o início da gestão Portela, “elementos de destaque da nova equipe dirigente

¹¹ Durante comunicação, Mirela Duculescu (2008), historiadora de arte romena e mestranda em História e Teoria do Design Democrático, apresentou uma proposta de recuperação do patrimônio de Bucareste aliada a uma trilha de caminhada turística pelo espaço urbano da cidade. Sua proposta encontrou resistência, pois muitos antigos proprietários retomaram imóveis antes confiscados unilateralmente pelo governo comunista romeno. Apesar do caráter histórico de vários desses imóveis e passagens, que remetiam a períodos pré-comunistas, muitos proprietários não hesitam em destruí-los ou vendê-los, dizendo-se os verdadeiros donos desses bens. Em conversa com a historiadora durante e logo após a comunicação, falei de situações semelhantes da privatização do espaço público no Brasil e, mais especificamente, de Belo Horizonte. A conversa gerou uma hipótese interessante sobre como governos totalitários, em nossos casos, à direita e à esquerda, uma vez capazes de restringir e sufocar o espaço público e a noção de patrimônio e pertencimento à história, permitem, após seu colapso, a imersão de uma espécie de sentimento de revolta privatizante por parte dos proprietários, que, uma vez reconvertidos à condição de donos, não reconhecem mais aquele espaço como público ou mesmo pertencente a uma identidade ou comunidade, mas a si próprios.

empenham-se em recuperar o espaço decisório perdido em favor dos institutos e fundações que, segundo acreditavam, tendiam a manter apenas uma vinculação nominal à jurisdição do MEC” (Miceli, 1984, p. 30). A primeira reação, segue o autor, foi a transformação do Departamento de Atividades Culturais (o DAC, criado em 1972, órgão responsável pela criação e pelo gerenciamento de toda a política cultural nacional através do MEC) para Secretaria de Assuntos Culturais (Seac) logo no início da gestão. Representando o lado patrimonial, Aluísio Magalhães reagiu e pediu a transformação do IPHAN para SPHAN, igualando-se como secretariado – o que também aconteceu naquele mesmo ano. A idéia de uma política nacional de cultura consegua, portanto, avanços institucionais, de ordem patrimonial, nas gestões de Jarbas Passarinho (1963-1973: criação da Embrafilme, Conselho Nacional de Direito Autoral e elevação da Diretoria de Patrimônio Histórico e Artístico ao nível de Instituto - IPHAN) e Ney Braga (1975-1979: I Encontro de Secretários Estaduais de Cultura em 1976; criação da Secretaria de Assuntos Culturais – Seac – junto ao MEC, em 1978 e surgimento do Centro Nacional de Referência Cultural – CNRC, capitaneado por Aloísio Magalhães – e a Funarte, ambas em 1975).

A Seac tornou-se uma estrutura um pouco à parte dos demais órgãos executivos do MEC, a quem, no entanto, oferecia uma série de serviços e estudos para a adoção de diretrizes de política cultural, na qual termos como “descentralização”, “democratização” e “planejamento participativo” começaram a aparecer – e, por isso mesmo, uma série de pesquisas junto à população, envolvendo a contratação temporária de sociólogos, antropólogos e outros intelectuais – um gradativo retorno da *intelligentsia*, bem condizente, aliás, em meio à lenta e gradual abertura do governo Geisel. Ludwig assume o cargo no MEC em 1980 e, no ano seguinte, transforma a Seac em Secretaria de Cultura. Mas o período de distensão do regime militar iniciado em 1978 e consolidado em 1985 com a eleição de Tancredo Neves marca não só a transição política geral, como, ainda que a passos lentos, a política cultural do Brasil e a gradativa reaproximação da *intelligentsia* cultural brasileira, presença praticamente inexistente antes dos Fóruns, na primeira metade dos anos 1980 (Poerner, 1997).

Não era fácil conciliar cultura com ditadura, como bem sabiam, àquela altura os cientistas e professores brasileiros (...) Um novo avanço também dependia, portanto, da ampliação da abertura democrática. Embora as primeiras secretarias estaduais de cultura já tivessem surgido no final da década de 1970, o Ministério da Cultura somente seria criado no primeiro governo civil pós-autoritarismo, o de José Sarney, em 1985, no bojo dos Fóruns Nacionais de Secretários de Cultura (POERNER, 1997, p. 39)

Se os estados de São Paulo (SP) e Paraná (PR) estavam entre aqueles que já possuíam suas respectivas secretarias de cultura já na década de 1970, é somente logo após o início da década seguinte que, atesta Cunha (2007), a cultura seguirá firme no rumo de sua institucionalização no Brasil, nas esferas estaduais e municipais.

A eleição de Tancredo Neves para o governo de Minas Gerais, em 1982 – pleito que marcou o retorno das eleições diretas para governadores no país – produziu, no ano seguinte, a primeira Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais (antes havia uma coordenadoria de Cultura, vinculada à secretaria do governo estadual). O Estado mineiro abrigava, desde o primeiro ano do governo Tancredo Neves, a realização de Fóruns Nacionais de Secretários de Cultura, envolvendo os titulares das pastas recém-criadas de outros estados, além das já existentes em SP e PR. À frente desse processo de articulação estava o secretário mineiro da Cultura, o jornalista José Aparecido de Oliveira, nomeado por (e grande amigo de) Tancredo Neves. Em 1984, durante a realização do III Fórum e também do I Encontro de Política Cultural, efetiva-se a aproximação entre artistas, intelectuais e governo, conforme cita Mauro Santayana no prefácio de Poerner (1997).

Esse encontro, mudadas as circunstâncias, correspondeu a uma retomada da aliança entre a ação política e a *intelligentsia*. O ponto axial de todas as discussões era exatamente o das relações entre a ideologia democrática e a criação. Quase todas as intervenções, com uma linha ou outra de raciocínio, seguiam a idéia geral de que o poder faz a cultura, e a cultura estabelece o poder. Do encontro participaram figuras angulares do pensamento nacional, como Celso Furtado, Darcy Ribeiro, Ferreira Gullar, Carlos Castello Branco, Millôr Fernandes, Cláudio Abramo, Abdias do Nascimento, entre outros. O secretário pensava, naturalmente, no Ministério da Cultura. Acompanhava o trabalho admirável de Jack Lang, ministro da Cultura da França, relembra [Gustavo] Capanema, recordava seu convívio com Rodrigo Melo Franco e com Carlos Drummond de Andrade e se amparava na amizade com tantos e expressivos homens da cultura brasileira, como Austregésilo de Athayde, Mário Palmério, Osvaldo Peralva, [Oscar] Niemeyer, Lúcio Costa, Jorge Amado, Josué Montello, Eduardo Portela, Geraldo Mello Mourão, Ziraldo, Millôr e os irmãos Caruso, entre outros, para ir projetando o futuro. E a leitura dos anais do I Encontro Nacional de Política Cultural mostra que a aspiração a que se criasse o Ministério da Cultura ganhava força entre os membros da comunidade intelectual do país (SANTAYANA in POERNER, 1997, p. 10).

O projeto capitaneado por José Aparecido ganha ascendência e contornos nacionais quando Tancredo Neves ganha a Presidência do Brasil ao vencer Paulo Maluf no Colégio Eleitoral, sendo praticamente sacramentada durante o VI Fórum, em Goiânia, nos dias 13 e 14 de março de 1985, quando Tancredo Neves, presente à sessão, é aplaudido ao final.

A nomeação de José Aparecido de Oliveira como titular do novo Ministério da Cultura é publicada na véspera da morte de Tancredo Neves, decretada oficialmente a 21 de abril, poucos dias antes de assumir efetivamente a presidência, quando foi substituído pelo vice, José Sarney, que manteve Aparecido no cargo. A cultura no Brasil ganha o status de ministério e deixa de ser uma secretaria vinculada ao Ministério da Educação.

Porém, o Ministério da Cultura logo revelou-se frágil tanto em termos de infraestrutura – 609 funcionários empregados na administração direta e orçamento equivalente a 0,05% do PIB, cerca de US\$ 24 milhões, muito distante do 1% que vinha sendo solicitado durante os Fóruns – como também políticos, e por várias razões: a morte de Tancredo e a brusca mudança do cenário nacional, a saída de José Aparecido do cargo após três meses,

dando início à sucessiva instabilidade que, até recentemente, caracterizou a ocupação da pasta - entre 1985 e 1993 nove ministros ocuparam o cargo, equivalente a um por ano¹², o que reflete mais o resultado de expectativas políticas internas, evidenciadas pelos encontros e fóruns regionais, do que pelo ativo envolvimento da comunidade artística na construção efetiva de uma política cultural conforme sugerido por Santayana (Poerner, 1997 e Cunha, 2007).

Assim, apesar da participação tímida, não foi por acaso que os últimos fóruns (21 ao todo) tenham se tornado palco de críticas da comunidade artística ao próprio Fórum, ao MinC, ao modelo de TV brasileira e ao desempenho pouco expressivo dos parlamentares na questão cultural durante a Assembléia Constituinte. No XIX Fórum, realizado nos dias 15 e 16 de dezembro de 1988 no Pará, tais críticas foram reforçadas: naquele mesmo ano seria extinta a Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, o estado mais rico da federação brasileira, e haviam-se passado apenas três anos, quando, durante o VIII Fórum, Evamar Figueiredo, o secretário da Cultura de Rondônia, disse que o então mais jovem estado da federação não possuía nenhum teatro ou biblioteca. Dois anos depois, em seu primeiro dia de governo, o presidente Fernando Collor de Mello, dispõe o artigo 27 das medidas provisórias 150, 151 e 161 que, devolvendo à cultura o formato de secretaria, com dois conselhos, extingue, respectivamente o MinC, várias instituições culturais brasileiras (como Funarte, Fundação Palmares, Embrafilme) e ainda a lei Sarney (Poerner, 1997 e Cunha, 2007).

A lei Sarney foi a primeira Lei de Incentivo Fiscal à Cultura, apresentada pelo então senador José Sarney em março de 1985 ao Congresso Nacional, treze anos após sua mal-sucedida primeira tramitação. Com sua ascensão à Presidência, a lei, de número 7.505, gerenciada pelo MinC, foi sancionada e regulamentada no ano seguinte. O parco controle exercido sobre as pessoas e empresas interessadas em captar recursos (bastava apenas um cadastramento. Não havia aprovação prévia dos projetos) deu margem a abusos fiscais, projetos inadequados e má utilização da verba. Por outro lado, estabeleceu o início de financiamento público à cultura e a busca de parceria junto à iniciativa privada (Cunha, 2007).

O então secretário de Cultura, Sérgio Paulo Rouanet, instaura, através da Lei n. 8.313/91, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), mais conhecido como Lei Rouanet, que só é regulamentada e efetivada a partir do decreto 1.494, em 17 de maio de

¹² Cunha (2007, p. 57) expõe a relação dos 12 representantes da pasta da Cultura entre 1985 a 2008: José Aparecido de Oliveira (1985 e em 1988-1989, segundo mandato); Aloísio Pimenta (1985-1986); Celso Furtado (1986-1988); Hugo Napoleão (1988); Antônio Houaiss (1993); Jerônimo Moscardo (1993); Luiz Roberto Nascimento e Silva (1993-1994); Francisco Weffort (1995-2002); Gilberto Gil (2003-2008). Acrescenta-se Juca Ferreira (a partir de agosto de 2008). No governo Collor, a Cultura perdeu o *status* de Ministério e voltou a se configurar como Secretaria, da qual foram titulares Ipojuca Pontes (1990-1991) e Sérgio Paulo Rouanet (1991-1992).

1995, já durante o governo de Fernando Henrique Cardoso e tendo a frente o ministro Francisco Weffort, uma vez que foi devolvido ao MinC o *status* de Ministério durante o governo Itamar Franco. O Pronac é formado pelo Mecenato, que funciona mediante renúncia fiscal do Estado referente à arrecadação do imposto de renda, para patrocínio ou doação de projetos culturais; o Fundo Nacional de Cultura (FNC) que reúne verba da Loteria Federal, fundos do Desenvolvimento Regional, Tesouro Nacional e financia 80% de projeto previamente aprovado pelo MinC e Ficart (Fundo de Investimento Cultural e Artístico), este ainda não implantado, que funcionará sob forma de condomínio, não terá personalidade jurídica e se refere a recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos.

O que se segue é a adoção do modelo, com graus mais ou menos variáveis, em todas as instâncias do poder público brasileiro, em estados e municípios. Mas segue-se também a crítica a esse modelo de legislação cultural, que institucionaliza a ação pública na cultura através da renúncia fiscal, não se pensando em outros modelos de ação. Ainda que seja parte integrante do desenvolvimento de uma política pública de cultura, a renúncia fiscal propiciada pelas leis não pode ser a única ação dessa política – mesmo que o exercício desse modelo também tenha gerado pontos positivos, como a profissionalização dos responsáveis envolvidos em atividades culturais nos setores empresarial, artístico e governamental, além de, quando bem sucedido, a canalização de capitais públicos e privados para a expansão do cenário cultural do país.

Atualmente, as críticas mais comuns relativas à implantação e às formas de aplicabilidade da legislação cultural brasileira referem-se à falta de critérios para a aprovação dos projetos, à sua concentração nos grandes centros urbanos ou regiões mais preparadas, à pulverização dos recursos, à falta de um sistema mais complexo de financiamento como proposta de política pública, dentre vários outros. No entanto, não se pode desconsiderar o papel que ela representou no processo de profissionalização do mercado de trabalho no campo da cultura a partir da década de 1990. Daí a necessidade de discutir outro ponto de vista, ou seja, as leis de incentivo fiscal contribuíram, de fato, para o amadurecimento das relações internas e entre os demais setores da sociedade, que, de alguma forma, se inter-relacionam com o campo cultural? (CUNHA, 2007, p. 71).

Outro problema do modelo, disposto pela autora, se refere à descontinuidade gerada pela lógica da legislação, que pontua os projetos em editais anuais, inibindo ações planejadas em longo prazo, como requer uma ação cultural mais ampla.

A desarticulação da política pública de cultura desde sua criação, tanto no que se refere ao pouco envolvimento da classe artístico-cultural durante esse processo quanto à falta de participação do setor cultural na discussão em torno das políticas mais estratégicas de governo. Isso gerou, conseqüentemente, um debate sobre as fontes de financiamento à cultura restrito, por muitos anos, às leis de incentivo fiscal. Em determinados casos, essa legislação passou a funcionar como instrumento de repasse da verba pública aos projetos culturais por meio da isenção fiscal às empresas privadas, colocando o setor cultural altamente dependente das regras de funcionamento da legislação vigente, das imposições de mercado e sem diretrizes de uma política de cultura. Por outro lado, um desdobramento importante do processo de institucionalização da cultura, que engloba a criação das instituições públicas e da legislação cultural refere-se, de forma positiva, à profissionalização do setor, que passou a contar com interlocutores diretos no setor

público e maior participação do mercado como incentivadores de programas e projetos culturais, ampliando a capacidade de produção artística nacional, mesmo que atrelada à dinâmica estabelecida pelas leis de incentivo à cultura (CUNHA, 2007, p. 75).

Cunha (2007) destaca como o surgimento da profissão de gestor cultural, mas também sua profissionalização, acompanha a evolução da institucionalização da cultura no Brasil, em especial a partir de meados dos anos 1990, durante a gestão de Francisco Weffort, quando se consolida precisamente o caminho das leis de incentivo. As leis, contudo, não são desprovidas de críticas e muitas delas apontam o risco de se reduzir política cultural às leis de incentivo fiscal. Como se não bastasse o risco restricionista, o problema das leis de incentivo é que elas oscilam entre decisões geradas pela burocracia pública da administração cultural (no caso brasileiro, muito recente e ainda em fase de consolidação – muitos funcionários advêm de outros órgãos) e pelos setores de *marketing* das empresas.

O MinC, no mesmo ano em que regulamenta a Lei Rouanet, com o objetivo de avaliar o impacto dos investimentos públicos e privados em cultura na economia brasileira, no período entre 1985 e 1995 e por meio da Secretaria de Apoio à Cultura, encomendou à Fundação João Pinheiro, de Belo Horizonte, a pesquisa *Diagnóstico dos investimentos na cultura no Brasil* (Fundação João Pinheiro, 1998).

De acordo com o relatório, um dos primeiros a se dedicar mais efetivamente à economia do setor cultural no Brasil, a análise de gastos na área cultural é um elemento fundamental para avaliarem se os resultados do esforço dos financiadores, públicos e privados, no setor. Por isso considerou a multiplicidade de agentes financiadores da área cultural no Brasil, em que coexistem ações dos poderes público federal, estadual e municipal, além do setor privado, através de ações incentivadas ou não pela concessão de benefícios fiscais (Fundação João Pinheiro, 1998).

A produção cultural brasileira movimentou, em 1997, cerca de R\$ 6,5 bilhões. A cifra corresponde a aproximadamente 1% do PIB brasileiro, nos termos dos cálculos feitos para 1994. Outro dado aponta que, para cada R\$ 1 milhão gasto em cultura, o país gera 160 postos de trabalho diretos e indiretos. Entre 1985 e 1995, a despesa total com cultura do Estado brasileiro, isto é, do Governo Federal, estados, Distrito Federal e municípios de capital, alcançou a média de R\$ 725 milhões/ano (expressos em preços de dezembro de 1996). Desse total, o Governo Federal é responsável por 32%, aproximadamente, enquanto os estados e municípios de capital responsabilizam-se, respectivamente, por 50% e 17% do total despendido (TABELA 2) – situação que se foi alterando ao longo do tempo, conforme novos e mais abrangentes trabalhos sobre o setor cultural no país, em especial destaque a parceria estabelecida com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na

elaboração de uma pesquisa de indicadores da economia da cultura, estabelecida na gestão Gilberto Gil.

Tabela 2– Despesa total com cultura, segundo as esferas do governo brasileiro

Esferas de governo	Despesa total com cultura (em %)			
	1996*	2003	2004	2005
Federal	32	14,4	15,3	16,7
Estadual	50	31,7	32,4	36,0
Municipal	17	54,0	52,3	47,2

Fonte: Fundação João Pinheiro (1998)* e para as demais Ministério da Cultura/IBGE (2007, p. 67)

Estados da Federação apresentaram gastos crescentes de 1985 a 1992, o que foi o oposto do ocorrido com o Governo Federal que, em 1992, durante o governo Collor, chegou ao seu ponto mais baixo. Quanto às capitais, considerando o conjunto de 26 municípios e o Distrito Federal, a despesa total com cultura, em 1985, foi de R\$ 76,5 milhões, enquanto, em 1995, chegou a R\$ 179,5 milhões, registrando uma taxa média anual de crescimento de 8,06%. Nesse particular, chama a atenção o fato de que do total de gastos com cultura feitos por municípios de capital, 88,83% do total correspondam a somente a oito capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Fortaleza, Recife, Curitiba e Porto Alegre.

A primeira pesquisa do Ministério da Cultura também analisou os investimentos em cultura realizados por empresas privadas e públicas. Nesse caso, considerou que as 500 maiores empresas privadas, 99 maiores empresas públicas, 50 maiores bancos e 2 mais importantes *holdings* estatais constituem o universo mais significativo de empresas que investem em cultura, no país, os pesquisadores da Fundação João Pinheiro basearam-se em uma amostra do mesmo universo, composta por 11 empresas dos ramos financeiro e não-financeiro, para investigar através de questionário especialmente desenhado para os fins da pesquisa.

Os resultados mostram, em primeiro lugar, que 53% das empresas consultadas escolhem o *marketing* cultural como meio preferencial de ação de comunicação com o mercado consumidor. De outra parte, as empresas que investem em cultura – segundo a amostra de 111 firmas consultadas – dão prioridade às seguintes áreas culturais em suas ações de comunicação: música, audiovisual, patrimônio histórico, artes cênicas e produção editorial. Nesse contexto, a pesquisa também revelou o papel crucial das leis de incentivo à cultura – federal, estaduais e municipais – para o crescimento do número de projetos culturais que, no período de 1990 a 1997, foram patrocinados por empresas. No grupo das 111 empresas consultadas, o investimento em cultura, nos oito anos analisados, totalizou a

significativa cifra R\$ 604 milhões, se comparada ao montante investido pelo governo praticamente no mesmo período.

Durante conferência em Belo Horizonte¹³, Luiz Carlos Prestes Filho, coordenador de estudo da cadeia produtiva da economia da música no Rio de Janeiro, mostrou como a economia gerada pela cultura fluminense representa 3,8% do PIB daquele Estado – cerca de R\$ 429 milhões, em 1999 - superada pela indústria do petróleo, telecomunicações e bebidas, mas superando outros gigantes como as indústrias metalúrgica e química (Prestes Filho, 2003).

Em 2003, como uma das primeiras ações do ministro Gilberto Gil, ainda no primeiro mandato do presidente Luís Inácio Lula da Silva, foi incluída a diretriz de gastos das famílias em cultura com base na pesquisa de orçamentos familiares (POF) a partir do censo do IBGE para domicílios permanentes em unidade de consumo (único morador ou conjunto de moradores) que compartilham mesma fonte de alimentação ou despesas com moradia. Com inclusão da telefonia, cultura foi o quarto item (habitação, alimentação e transporte) – gasto médio mensal R\$ 115 (7,9% dos gastos). Sem a telefonia, cai pra sexta R\$ 64 - 4,4% dos gastos, após ainda saúde e vestuário (Silva e Oliveira, 2007, p.14).

Outro dado segue os pressupostos de Bourdieu acerca de o maior consumo cultural estar associado ao maior nível educacional: pessoa de referência familiar com 11 anos de estudo consome quase 37 vezes a mais do que quem não possua estudo superior. Em primeiro lugar está a telefonia; seguida pelos eletrodomésticos e, por fim, junto a atividades de cultura e lazer, os dois primeiros revelam peso de uma cultura privada. Outro dado reforça essa privatização da fruição cultural: após as bibliotecas, certamente vinculadas ao espaço público, as videolocadoras são os itens mais presentes (85 e 77,5%). Talvez no próximo relatório as *lan-houses* e *cybercafés* entrem na conta – afinal, provedores já subiram de 16,4% para 46% em 2005. Em contrapartida, o cinema não chega a 10%.

Esse movimento de privatização tem outro contexto, mas se mantém como questão desde os anos 1970, já que o governo, como vimos em Miceli (1984), deixou a cargo da iniciativa privada os bens culturais industriais e resolveu cuidar dos patrimoniais. Embora não houvesse o desmantelamento que se verificou em países vizinhos, houve o patrimonialismo e a desconfiança artística, a despeito da Embrafilme e da Seac de Aluísio Magalhães. Com base em dados da economia do setor cultural nos EUA e França, Miceli (1984) assinala o início desse processo de busca pela privatização dos bens culturais, no qual o consumo privilegia toca-discos, aparelhos de TV, discos e fitas cassete, renegando a aquisição de ingressos ao último lugar. A cultura em domicílio segue superando, gradativamente, aquela do espaço público.

¹³ A própria capital mineira tornou-se uma das primeiras cidades a produzir o seu próprio estudo sobre economia da cultura: o *Primeiro diagnóstico cultural da cidade de Belo Horizonte*, publicado em parceria com a Vox Populi em 1996.

É importante frisar que a pesquisa de 2003 incluiu qualquer empresa que produzisse, pelo menos, um item ligado à cultura e não incluisse o mercado informal (a segunda versão da pesquisa IBGE-MinC mostra que para cada cinco postos de trabalho no setor, três são ocupados por trabalhadores sem carteira ou por conta própria) e também aquelas ligadas estritamente ao turismo, esporte, meio ambiente e religião. Então tem-se o grupo que produz atividades diretamente ligadas à cultura e às artes (edição, rádio, bibliotecas, museus) e os indiretamente ligados (papelarias, lojas que acabam vendendo livros, jornais). O total disso representa 5,2% das empresas brasileiras, que empregam cerca de 1,4 milhão de pessoas. Mas, como dissemos, números incluem fabricação de computadores, telefones, artefatos para caça, pesca e esporte, dentre outros.

Na esfera federal, o IPHAN foi o órgão que mais recebeu recursos: R\$ 102 milhões – mais até que o próprio MinC: R\$ 91 milhões, cifra que se explica também porque o instituto cuida de vários museus nacionais. SP, BA, RJ, AM, RS e DF são, nessa ordem, os estados que mais aplicaram em cultura. No total, os 24 Estados investiram R\$ 746 milhões.

O montante gerado foi de R\$ 141 bilhões (bruto) e R\$ 66 bilhões (líquido – exclui o consumo intermediário necessário para gerar o bem: impostos, taxas, despesas com combustíveis, custo de programação das empresas de TV etc). Isto equivale a 10% do PIB (com telecomunicações) ou 6% (sem ela). Gastos públicos foram R\$ 2,3 bilhões para a cultura, mas equivalem a 0,2% do total da receita governamental, com participação federal de 0,03%, estadual de 0,4% e municipal de 1%. Não há percentual obrigatório para investimento em cultura, como ocorre em saúde e educação. Um papel relevante dos municípios se destaca e pode também ser melhor ilustrado a partir do trabalho desenvolvido pelos economistas Moro, Machado e Diniz (2008), que analisaram as maiores aglomerações culturais brasileiras a partir do Perfil de municípios brasileiros, suplemento Cultura (2006), e do Perfil de municípios brasileiros (2006), constituindo parte da série Pesquisa de informações básicas municipais - Munic - do IBGE. No suplemento especial sobre Cultura, o Perfil abordou informações relativas à gestão municipal em cultura; legislação; existência e funcionamento de conselhos e fundos municipais de Cultura; montante de recursos destinados à área; presença de Fundação Municipal de Cultura; presença e tipos de meios de comunicação; quantidade de equipamentos e/ou atividades culturais e artísticas existentes no município.

Como resultado, os pesquisadores criaram índices qualitativos – como presença de meios de comunicação, grupos artísticos e ações implementadas pela política municipal de cultura nos últimos 24 meses no município – e quantitativos, tais como o número de bibliotecas públicas, museus, teatros ou salas de espetáculos, centros culturais, estádios ou ginásios poliesportivos, cinemas e o total da despesa realizada da função cultura. “As variáveis retiradas do Perfil de municípios brasileiros (2006), aspecto geral, foram: receita

total do município, receita total de transferências destinadas à função educação, despesas totais do município, e despesas totais da função educação”(Moro, Machado e Diniz, 2008, p.3).

Aplicando-se os indicadores criados pelos pesquisadores, constatou-se que, do ponto de vista quantitativo, tanto pela ordenação dos princípios brasileiros quanto pela análise espacial, “as grandes cidades brasileiras figuram no topo da lista, providas em maior medida de equipamentos culturais e que realizam um montante maior de gastos em cultura” (Moro, Machado e Diniz, 2008, p. 20). Já no viés qualitativo, evidencia-se a “presença ou não de formações de grupos artísticos, além de promoção de leis e incentivos culturais e, apresenta os mais elevados valores em municípios de médio porte *vis-à-vis* os maiores pólos culturais brasileiros. A maior diversidade pode ser explicada pela profusão dos grupos folclóricos e do artesanato, atividades típicas dos municípios mais pobres” (Moro, Machado e Diniz, p. 19). O resultado da pesquisa qualitativa apresentou os municípios de Joinville, Curitiba, Recife, Piracicaba, São Carlos, Macaé, Cuiabá, Londrina, Resende e Itajaí como os dez mais relevantes nesse tópico.

O trabalho evidencia a diversidade cultural no território brasileiro, aspecto que a gestão Gil-Juca Ferreira busca associar ao desenvolvimento econômico. “A diversa e sofisticada produção cultural brasileira, além de sua relevância simbólica e social, deve ser entendida como um dos grandes ativos econômicos do país, capaz de gerar desenvolvimento” (Porta e Gil, 2008). Segundo os autores esse desafio envolve Estado, entidades setoriais e iniciativa privada e requer:

- i) implantar agenda para os segmentos dinâmicos;
- ii) aprofundar o conhecimento sobre eles, para subsidiar o planejamento das políticas públicas e das empresas;
- iii) capacitar empresas e produtores, sobretudo em gestão de propriedade intelectual;
- iv) identificar oportunidades de mercado;
- v) ampliar a presença no mercado externo;
- vi) dinamizar o tripé distribuição-circulação-divulgação e
- vii) enfrentar necessidade de regulação e atualização na legislação. (Porta e Gil, 2008).

O ex-ministro Gilberto Gil também teve participação ativa no momento da aprovação da Convenção sobre a Diversidade Cultural pela Assembléia Geral da Unesco, com intervenção decisiva para convencer outros países reticentes. O governo brasileiro é um dos poucos a ter instituído, desde 2003, a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (Dupin, 2008). Várias ações vêm sendo desenvolvidas, pela Secretaria, para promover os ideais da convenção através da ação política do governo brasileiro, como exemplo o Prêmio Culturas Indígenas, intercâmbios com países vizinhos e também os programas de articulação sócio-culturais, como os Pontos de Cultura, “uma instituição mista, um lugar de interação e cooperação entre Estado, sociedade civil e agentes culturais, um dispositivo que

pode e deve atingir a escala necessária para dar atendimento a milhares de grupos” (Macedo, 2008, p. 97)¹⁴.

A Convenção da Diversidade Cultural, que estreitou laços internacionais entre Brasil e Canadá na área da cultura, será crucial para a construção da política cultural do país norte-americano e, em especial, para a política cultural da província do Quebec. É essa trajetória que passamos a examinar a partir do próximo tópico, após duas breves considerações sobre a história e a questão nacionalista do Quebec.

5.2 A política cultural no Canadá

Antes do exame da trajetória da política cultural canadense e nela, a ênfase na província estudada, o Quebec, apresentamos duas considerações sobre a província canadense: trajetória histórica e questão nacional.

5.2.1 Um panorama histórico do Quebec

Pode-se dividir a história do Quebec em quatro atos: I) *O período colonial* referente à Nova-França (1608-1763); II) *Conquista britânica e fase de pré-confederação* (1763-1867); III) *Fase de Confederação* (a partir de 1867) e IV) a origem do *moderno Quebec* a partir da transição das décadas de 1950 a 1960 (Hamelin e Provencher, 1997). Etapas são detalhadas a seguir:

- i) **a presença** de uma forte tradição autóctone – como *hurons* e *inuits* – que viviam na região há milhares de anos que encontra a
- ii) **chegada do** colonialismo francês, desde 1534, com Jacques Cartier, mas com seu início efetivo por Samuel de Champlain no verão de 1608 (a partir de 1834, a data foi associada ao dia de São João Batista, 24 de junho e, em 1908, o Papa Pio X reconhece o santo como padroeiro do Canadá Francês – é a data festiva do Quebec). Em seu apogeu, no início do século XVIII, a Nova França ocupava uma área que ia do norte da Baía de Hudson até a Louisiana (atual EUA) no Golfo do

¹⁴ O *site* do Ministério da Cultura (MinC) detalha que atualmente existem 650 Pontos de Cultura no país. Sua ação prioritária é articular as demais ações do Programa Cultura Viva. São iniciativas desenvolvidas pela sociedade civil, que firmaram convênio com o MinC por meio de seleção por editais públicos (quatro até agora), responsáveis por articular e impulsionar as ações que já existem nas comunidades. Com o desenvolvimento do Programa, o MinC criou mecanismos de articulação entre os Pontos: Redes de Pontos de Cultura e Pontões de Cultura. “O Ponto de Cultura não tem um modelo único, nem de instalações físicas, nem de programação ou atividade. Aspecto comum é transversalidade da cultura e a gestão compartilhada entre poder público e a comunidade. Quando firmado o convênio com o MinC, o Ponto de Cultura recebe a quantia de R\$ 185 mil (cento e oitenta e cinco mil reais), divididos em cinco parcelas semestrais, para investir conforme projeto apresentado. Parte do incentivo recebido na primeira parcela, no valor mínimo de R\$ 20 mil (vinte mil reais), é utilizado para aquisição de equipamento multimídia em *software* livre (os programas serão oferecidos pela coordenação), composto por microcomputador, mini-estúdio para gravar CD, câmera digital, ilha de edição e o que for importante para o Ponto de Cultura” (Ministério da Cultura, 2008).

- México – passando por praticamente todo o leste do atual Canadá (Ontário e Quebec, principalmente) e ainda Ohio (também atual EUA);
- iii) **a efetivação** da conquista da Nova França pelos britânicos em 1763, com o tratado de Paris, quando a partir de então, os franco-canadenses lutaram pela preservação de sua cultura, idioma, religião e código civil, reconhecidos e estabelecidos pela coroa britânica no ato de Quebec (1774);
 - iv) **a proclamação** da Confederação canadense em 1867;
 - v) **e a constatação**, na virada do século XIX para o XX, do Quebec como uma das províncias menos desenvolvidas: conforme acordo estabelecido entre as elites locais, a economia do Quebec era praticamente controlada pelos EUA enquanto seu controle político, contudo, era exercido pelos francófonos, os quais, por sua vez, delegavam a educação e a saúde para a esfera da igreja católica. Estes aspectos, forjados principalmente durante os governos de Maurice Duplessis (1936-1940 e 1944-1959) acabam com o início do chamado período da
 - vi) **Revolução Tranqüila** (1960-1966), processo que ocorre, não por acaso, com a morte de Duplessis em 1959 e a ascensão ao poder, no ano seguinte, de Jean Lesage cujo governo, assumido por francófonos provenientes da classe média urbana, tratou de consolidar, de maneira acelerada e fulminante, o tímido processo de secularização da sociedade quebequense, bem como de ativação da sociedade econômica e cultural a partir da ação governamental.

Três protagonistas dominaram a sociedade do Quebec no período compreendido entre 1920 e 1960: uma classe política rural saída da pequena burguesia, investidores estadunidenses e a igreja católica. “As interações entre estes atores foram complexas e às vezes inconciliáveis, mas, todavia, formaram um quadro muito estável” (Bérnier, 1996, p. 35). Assim, mesmo a iminente indústria terá como atores centrais os franco-canadenses ligados pelo sentimento, tradição e laços de parentesco, que não impedem o avanço de recursos humanos e capital estadunidense e britânico, apesar do choque lingüístico, comportamental e religioso (Turgeon, 2003).

Desse modo, o agrupamento canadense-francês torna-se progressivamente estranho às forças socioeconômicas e às ideologias que varrem o continente. “Enquanto as forças da modernidade, do liberalismo e do capitalismo industrial florescem na América do Norte, o pensamento canadense-francês privilegia o agriculturalismo, o antiestatismo e o messianismo” (Turgeon, 2003, p.64).¹⁵ A classe política não importando o partido, era econômica e socialmente conservadora. Assim, os 60 primeiros anos do século XX no Quebec foram marcados por uma postura de não-intervenção em assuntos econômicos. Para Bérnier, os governos de Louis-Alexandre Taschereau (1920-1936) e Duplessis “favoreceram o fluxo massivo de capital estadunidense e aprovaram leis de trabalho repressivas, em grande medida para captar capital estrangeiro” (Bérnier, 1996, p. 36). Também recusaram os programas sociais oferecidos pelo governo federal, alegando invasão das áreas de jurisdição provincial, como então definia a constituição canadense.

¹⁵ Aspectos que se evidenciam em trecho escrito pelo jornalista Jean-Paul Tardivel no início do século XX, sobre o que ele acreditava ser próprio ao povo canadense-francês: “não é necessário que possuamos a indústria e o dinheiro. Não seríamos mais canadenses-franceses, mas americanos mais ou menos como os outros. Nossa missão é possuir a terra e semear idéias. Agarrarmo-nos ao solo, educar famílias numerosas, manter ambientes de vida intelectual e espiritual, esta deve ser nossa função na América” (Tardivel apud Turgeon, 2003, p.64).

Os investimentos estadunidenses eram o principal capital da Quebec do início do século, ante um tímido investimento anglo-canadense e o ausente franco-canadense. Eles eram investidos na exploração dos recursos naturais do Quebec, como os minerais (alumínio, principalmente) e madeira, extraídos praticamente sem qualquer tipo de transformação em território quebequense, para onde retornavam sob forma de produtos manufaturados. Quando ocorria a indústria, era novamente predomínio do capital estadunidense para aquelas de maior produtividade e valor agregado (Bérnier, 1996). Tal fórmula cria uma relação alta de dependência do território exportador para as demandas econômicas e sociais provenientes da sociedade daquele que importa – e por isso as relações econômicas EUA-Quebec “desde 1920, mas especialmente desde 1940 até 1960, podiam ver-se como relações patrão-empregado. A Igreja católica desempenhou papel importante até 1960. Desde 1870, o Estado quebequense lhe havia outorgado o controle no comando das instituições de saúde, previdência e educação” (Bérnier, 1996, p. 36).

A relação entre esses atores do poder quebequense – elite rural e igreja francófonos dividindo o poder político e ideológico de um lado e capital anglófono e estadunidense dividindo o econômico – chegou a ser chamada por McRoberts de “divisão lingüística do trabalho” (McRoberts apud Bérnier, 1996, p.37), numa combinação entre o liberalismo econômico do século XIX e a doutrina social católica. Esta última envolvia-se a tal ponto na vida política que as encíclicas papais eram convertidas em discursos oficiais do governo. A Igreja católica permaneceu como o principal agente de controle social, exercendo domínio “nas instituições sócio-educativas e na maioria das associações voluntárias (como sindicatos de trabalho, movimentos juvenis ou femininos, associações de estudantes e trabalhadores jovens, assim como associações locais de lazer)” (Bérnier, 1996, p. 37).

A morte de Duplessis ainda no governo em 1959 também causou o fim de seu partido, a *Union Nationale*, e marcou também o final do modelo da “divisão lingüística do trabalho”. Uma força social vindoura dos anos seguintes, proveniente principalmente da classe média e dos ambientes urbano e intelectual chega ao poder com o Partido Liberal do Quebec (PLQ), através de Jean Lesage e dá início ao já citado período da Revolução Tranqüila. Nesse momento, os canadenses franceses se transformam em quebequenses: “a dimensão territorial vindo progressivamente triunfar sobre a pertença étnica no imaginário nacional” (Turgeon, 2003, p. 66). Com isso, os embates pró-federalismo *versus* pró-soberania do Quebec ganham força.

Assim, a partir de uma revisão de literatura, estabelecem-se três momentos distintos para explicar o período da Revolução Tranqüila, que corresponde ao terceiro ato:

- i) **Grande Noirceur** (Grande Escuridão) ou longo inverno quebequense, relativo à fase pré-revolucionária, marcada pelo mundo de valores tradicionais clerocêntricos e de grande defasagem industrial e urbana da sociedade canadense-francesa, que leva ao momento

- ii) **de evidência** da lenta evolução industrial-urbana quebequense, baixa taxa de escolaridade (praticamente toda sob a égide católica), de órgãos operários e associações como das do movimento feminista e limitada intervenção do Estado no campo social. Por fim, o momento
- iii) **quando o Quebec** entra na modernidade catapultado por uma nova elite social e política, uma nova classe média que, assumindo o controle do Estado pelo processo eleitoral, “persegue uma política com vistas a alcançar o nível das outras sociedades ocidentais, à qual adere a população, convertendo-se à ideologia da mudança (...) Este momento de libertação, chamado de Revolução Tranqüila, permitiu a essa coletividade canadense-francesa abrir-se à cultura norte-americana, assumir os postos há muito reservados aos anglófonos, adaptar o Quebec às ideologias em voga no exterior (descolonização, marxismo, liberalismo) e, pela inauguração da coletividade territorial quebequense, dar-se a oportunidade de um novo recomeço” (Turgeon, 2003, p. 66).

Com a Revolução Tranqüila, a antiga sociedade tradicional, clerical, emsimesmada se transforma em uma sociedade pós-industrial, laica, mais ligada à civilização norte-americana. Ou seja, uma espécie de inversão, em curto prazo, da “divisão lingüística do trabalho”. Colocada no poder, essa geração seguiu o que se verificava em outras partes do mundo: o desenvolvimento capitaneado pelo Estado, ante uma sensível retração da presença da classe burguesa-industrial. O Estado se transformou no instrumento de promoção de uma burguesia franco-canadense que se ramificava tanto no setor público como no privado, favorecendo principalmente a pequena e a média empresas em setores altamente competitivos, “ainda que as grandes empresas, fortes consumidoras de energia (nacionalizada através da *Hydro-Québec*), como fundições de alumínio, fábricas de papel, permanecessem sob controle estrangeiro” (Bérnier, 1996, p.41).

A geração atuante no episódio fundador da Revolução Tranqüila foi largamente vitoriosa, “ao longo de seu ciclo de vida e da qual saiu uma elite para quem a criação de um novo país seria a consagração suprema, ao mesmo tempo que a expressão eminente de sua liderança histórica, e mesmo a celebração de sua herança identitária” (Létorneau, 1999, p. 271). E por isso a Revolução Tranqüila também abalou a relação entre o Quebec e a confederação canadense estabelecida em 1867 e apontou rumos de mudança, preconizados, segundo Stevenson (1996), por dois personagens centrais na trajetória política do Quebec: Pierre Elliott Trudeau, primeiro ministro do Canadá (1968-1979 e 1980-1984), e René Lévesque, primeiro ministro do Quebec (1976-1985).

Pierre Elliott Trudeau, um neófito na política, quando foi eleito pela primeira vez em 1965, havia feito seu ingresso à política federal como parte de uma tentativa de acordo do governo liberal de Lester R. Pearson (1963-1968) para introduzir a nova geração de quebequenses francófonos nas políticas da Federação. Em apenas três anos Trudeau havia passado de um simples membro do Parlamento a ministro de Justiça e, em maio de 1968, a líder do Partido Liberal Federal e a primeiro ministro canadense. O ponto central da agenda política de Trudeau era reforçar o Quebec dentro do sistema federal e combater ativamente os nacionalistas quebequenses que seguiam aumentando poder e presença. As intenções do primeiro ministro eram estender os direitos dos francófonos ao resto do Canadá e converter a Federação em uma nação completamente bilíngüe e bicultural. Assim, por exemplo, o governo deveria oferecer os serviços nos dois idiomas. Também se exigia que produtos comerciais tivessem rótulos em ambas as línguas.

Trudeau implementou políticas que permitiram uma maior participação dos francófonos em postos importantes dentro do governo federal, algo que, até então não havia sido realizado. Por último, Trudeau também deu início ao processo político para modificar a Constituição de maneira tal que os canadenses já não necessitassem de ter suas emendas aprovadas primeiro pelo Parlamento britânico antes de ser implementadas em seu próprio país. Este processo teve como resultado que todas as mudanças constitucionais puderam realizar-se dentro do próprio Canadá, significou a eliminação dos últimos vínculos com o governo britânico e a completa independência do Canadá em 1982 [tradução nossa] (STEVENSON, 1996, p. 15).

Trudeau, que se definia como um liberal, colocava os direitos do indivíduo acima de qualquer outro e por isso acreditava que um documento como a Carta dos Direitos e Liberdades, parte do processo constitucional de 1982, expressasse essa ideologia, a qual permitia, por exemplo, que qualquer canadense francófono tivesse o direito individual de utilizar sua língua e promover sua cultura em qualquer lugar do país. “Para Trudeau, a melhor maneira de proteger a cultura francesa no Canadá era mediante a proteção dos direitos individuais, os quais permitiam a possibilidade de levar à Corte qualquer violação à Carta – de maneira semelhante a como se aplica nos EUA” (Stevenson, 1996, p. 16). O primeiro ministro também era contra qualquer tipo de nacionalismo. Sendo ele próprio um quebequense francófono, julgava o nacionalismo do Quebec como um dos mais perigosos aspectos da Revolução Tranqüila e mais emocional que racional – o que não o impediu de ter ampla aceitação entre os quebequenses: em seu segundo governo, controlou 75 dos 74 assentos disponíveis. Trudeau também era visto como o grande maestro do Canadá por outros canadenses, por conter cismas em outras regiões e, de acordo com Stevenson, teve como grande adversário político, por cerca de duas décadas, o seu conterrâneo René Lévesque.

Lévesque, o mais fervoroso e popular dos defensores do separatismo havia começado sua carreira política em 1960 com a eleição de Lesage e logo se converteu em um dos principais protagonistas da Revolução Tranqüila. Como ministro de governo de Lesage, deu forte impulso ao movimento para que os quebequenses francófonos tivessem maior controle sobre sua província. Sua contribuição política mais importante neste período foi a nacionalização da indústria de energia elétrica e a criação da *Hydro-Québec* [que até hoje detém o monopólio]. Durante a maior parte dos anos 1960 Lévesque buscou maior independência ao Quebec, o que fez através do Partido Liberal. Em 1967, um ano antes de Trudeau se converter no primeiro ministro do Canadá, Lévesque tentou convencer seus colegas de partido para que considerassem uma concepção mais nacionalista para que o Quebec pudesse ter uma maior independência para promover seu desenvolvimento econômico e sua herança cultural e lingüística. Todavia, a maioria dos liberais rejeitou essa proposta durante a convenção provincial de 1967 e, por isso, Lévesque e alguns de seus simpatizantes, renunciaram ao Partido Liberal para formar, pouco tempo depois, o Partido Quebequense (PQ), cuja meta principal era a separação do Quebec do resto do Canadá [tradução nossa] (STEVENSON, 1996, p. 17).

A fundação do PQ em 1968 foi um dos profundos efeitos do fatídico ano no país, pois propunha concretamente a separação de uma das províncias da Confederação. O PQ logo arregimentou afiliados de várias classes, mas o separatismo não era bandeira exclusiva do partido: encontrava ecos em outros atores ainda mais extremos como o *Rassemblement*

pour l'indépendance nationale (RIN), dirigido por Pierre Bourgault e o grupo de ultra-esquerda *Front de Libération du Québec* (FLQ).

Nas eleições de 1970, apesar de obter muitos assentos, Lévesque perdeu para o liberal Robert Bourassa e, em outubro, a questão separatista sofreu um forte revés com a chamada Crise de Outubro de 1970: o duplo seqüestro, pelo FLQ, do adido britânico James Cross e, cinco dias depois, do ex-ministro de cultura do Quebec, Pierre Laporte, então ministro do trabalho no governo Bourassa, com quem disputou a indicação do partido ao cargo.

Trudeau, interpretando os atos como insurreição e subversão ameaçadora ao Canadá, invocou o estado de emergência – Ata de Medidas de Guerra – e o país mergulhou em lei marcial. Cena inédita na história canadense, tropas militares saem às ruas para patrulha e proteção dos funcionários e edifícios do governo. Prisões foram feitas e, sob a lei, os presos podiam permanecer trancafiados por até 30 dias antes do início do julgamento. Traumática experiência para o país, frisa Stevenson – sobretudo porque Cross foi resgatado com vida, mas Laporte terminou executado.

Lévesque criticou duramente as ações, pois defendia a independência por meios democráticos e jamais pela violência e, ante uma abalada opinião pública, esforçou-se por diferenciar seu PQ do FLQ; reiterava que só buscaria a independência se tivesse a maioria da população ao seu lado. Em 1976, Lévesque foi eleito e logo deu início às bases para o referendo separatista, que aconteceria em 1980. Nesse meio tempo, Lévesque anunciou mudanças mais imediatas, “de corte social-democrata”, em aspectos referentes a cultura, educação, indústria e operário. “Para Lévesque, o equilíbrio entre direitos individuais e coletivos devia inclinar-se aos segundos no que concerne à cultura e à língua do Quebec. Neste sentido, o coletivo teria prioridade sobre o individual, considerando as dificuldades de manter viva uma cultura francófona em meio a uma América do Norte anglófona” (Stevenson, 1996, p. 19).

Isso não significava que os direitos individuais ou das minoriais fossem irrelevantes, mas teriam que se ajustar à meta de preservação da cultura quebequense. Nesse sentido, Lévesque implanta a Lei 101, que impede que imigrantes enviem seus filhos a escolas primárias inglesas e minimizem o francês como língua destaque da província. A lei também obrigou, por exemplo, que todos os estabelecimentos comerciais tivessem, em seus anúncios e letreiros, o francês como destaque (Stevenson, 1996).

Todavia, o referendo de maio de 1980 – a autorização para o estabelecimento de um mandato que pudesse negociar a soberania quebequense no contexto de uma associação econômica com o Canadá – foi rejeitado numa diferença entre 60 a 40%. Algumas razões são apontadas para a rejeição, como temor ante possíveis problemas econômicos (tese que, veremos adiante, será também defendida por Jocelyn Létourneau); erros táticos dos

partidários do “sim” e a reeleição de Trudeau no mesmo ano, o qual prometeu um novo acordo para o Quebec no âmbito federal bem como as discussões constitucionais de 1980-1982.

Lévesque foi um dos porta-vozes dos direitos provinciais diante das discussões constitucionais e liderou um grupo de primeiro-ministros de oito das dez províncias canadenses, o “Grupo dos 8” que se opunham a sugestões mais centralizadoras de Trudeau. “Mas, em um momento crítico de decisão, sete dos oito abandonaram Lévesque e levaram a cabo seu próprio acordo com Trudeau (...) que pôde assim finalizar a Constituição e implementar a Carta de Direitos e Liberdades. Lévesque e muitos francófonos se sentiram traídos, mas não havia nada que pudessem fazer” (Stevenson, 1996, p. 20).

Como resultado, Quebec foi a única província que não assinou uma Constituição à qual, todavia, estava submetida. Trudeau abandona a cena política ao final de seu mandato, em 1984, e Lévesque no ano seguinte, quando ambos experimentam derrotas eleitorais. O bastão das discussões que se seguiriam foi capitaneado, respectivamente, pelo primeiro-ministro Brian Mulroney, do partido conservador, mas quebequense de ascendência irlandesa – que se comprometeu a tentar trazer Quebec de volta ao debate constitucional – e Robert Bourassa, que retorna ao cenário político e derrota em 1985 o candidato do PQ de Lévesque, Pierre Marc Johnson. Curiosamente, apesar de sua tendência mais federalista, Bourassa seguiu muitas das lutas políticas nacionalistas que haviam sido iniciadas por Lévesque. E assim duas novas rodadas de discussão constitucional foram agendadas ao final dos anos 1980 e início dos anos 1990: o Acordo do Lago Meech e o Acordo de Charlottetown (Stevenson, 1996).

O Acordo do Lago Meech ocorreu em 1987 e precisou de um período de três anos para a sua ratificação, que deveria ser aprovada por unanimidade. Dentre outros tópicos, o acordo “reconhecia o Quebec como “sociedade distinta” e autorizava a província a ter maior controle sobre assuntos relativos à imigração, mais influência na escolha de juízes para a Suprema Corte canadense, assim como direito a veto constitucional em futuras mudanças do texto” (Stevenson, 1996, p. 22). Para obter a aprovação das outras nove províncias, Mulroney concedeu a algumas delas privilégios iguais ou parecidos – o que desagradou a uma parte dos canadenses que viram uma excessiva descentralização no documento. A 15 de junho de 1990, a província de Manitoba bloqueou o processo de ratificação pelo pouco avanço produzido em relação às comunidades indígenas e autóctones do país – o que não permitiu a aprovação do texto dentro do prazo estabelecido.

A rejeição ao Acordo do Lago Meech “criou um ambiente negativo em todo o país. Em Quebec, parte da população se sentiu rejeitada pelo resto do Canadá, já que sua demanda principal, o reconhecimento como ‘sociedade distinta’ recebeu críticas diversas em outras partes do país” (Stevenson, 1996, p. 22). Pra complicar o quadro, a lei que exigia

anúncios em francês nas fachadas de edifícios comerciais, rejeitada pela Suprema Corte canadense, foi autorizada pelo governo de Quebec. Bourassa anunciou que a província não negociaria mais de forma multilateral com o governo federal e que esperaria uma proposta concreta por parte do restante do país a ser aceita ou rejeitada em referendo no Quebec.

Entre 1990 e 1992, Mullroney se dedicou novamente a tentar resolver o problema constitucional. Ele tinha pressa pois o governo do Quebec decidira realizar o referendo em 26 de outubro de 1992 – seja para aceitar a oferta da federação ou para caminhar para a independência. Surge assim, o acordo de Charlottetown

quis satisfazer a todos e, por isso mesmo, não satisfez a ninguém. Ao início do documento se estabelecia a chamada 'Cláusula do Canadá', que devia resumir o caráter do documento e do país. Entre seus pontos principais, o Acordo reconheceu Quebec como sociedade distinta e, a seu governo, a capacidade de preservá-la e promovê-la. Também se estabeleceu que os povos aborígenes teriam direito de governar suas terras e de promover suas línguas, culturas e tradições. (...) A base do Canadá é uma diversidade étnica (o denominado multiculturalismo), os canadenses devem respeitar os direitos individuais e coletivos e, finalmente, confirma-se a igualdade entre as províncias. Este amálgama de princípios um tanto contraditórios foi resultado da busca de um ponto médio entre as diversas forças e posições políticas. Outra proposta importante foi a reforma do Parlamento, que deveria incluir Senado, a Câmara Superior do Parlamento, com seis senadores por província e um por território, assim como uma futura representação indígena. (...) Ainda que imperfeito, o Acordo foi um documento em que todas as partes envolvidas cederam um pouco em suas posições [tradução nossa] (Stevenson, 1996, p. 24,25, 27).

Mas todos os opositores do acordo no Quebec e das províncias no Oeste do Canadá declaram que suas demandas básicas, ao fim e ao cabo, não estavam contempladas e uma parte acusava a outra de que o documento fosse amplamente mais favorável ao oponente. Em plebiscito de 1992, o acordo foi rejeitado por 54% dos canadenses e muito disso se deve aos impasses geradas pelo documento e as emoções encontradas entre os canadenses, divididos entre um governo federal mais forte e centralizador ou a maior autonomia às províncias, solicitada não só pelo Quebec, mas também em outras como, por exemplo, Alberta (Stevenson, 1996). Mesmo assim, essa posição provincial não era, por sua vez, unânime. Como veremos adiante, a opção entre maior poder federativo ou provincial dividia o eleitorado dentro de cada província – ou seja, mesmo entre os quebequenses havia aqueles mais simpáticos à causa federalista.

Em 1993, Jean Chétrien, quebequense federalista (fora ministro durante o governo de Trudeau), é eleito primeiro-ministro com 177 dos 295 assentos do Parlamento. Mas, na mesma eleição, o Quebec elege 54 dos 75 assentos a que tem direito com candidatos do *Bloc Québécois* (BQ), de corte separatista do PQ, liderados por Lucien Bouchard (fora ministro no governo de Mullroney). Só os outros 21 com tendências federalistas (20 do Partido Liberal Federal e 01 do Partido Conservador Progressista). No ano seguinte, o PQ também vence as eleições no Quebec, e elege Jacques Parizeau que prometeu durante a campanha um referendo nacional sobre a soberania do Quebec, a se realizar dez meses

após a eleição. Se nessa ocasião os quebequenses votassem majoritariamente a favor do separatismo, o governo provincial começaria as negociações com o governo federal para concretizar a separação do Quebec da Federação canadense. O referendo acontece em 30 de outubro de 1995 e, em apertada vitória, o “Não” (contra a soberania) vence o “Sim” por 50,6% contra 49,4%. Com a derrota, Parizeau responsabiliza o voto étnico dos imigrantes e, por essa declaração, renuncia e é substituído por Bouchard. Em contrapartida, o parlamento canadense aprova, semanas depois, a resolução que reconhece o Quebec como “sociedade distinta” dentro da confederação canadense.

O Partido Quebequense venceria as eleições provinciais de 1998, perdendo em 2003 para o Partido Liberal do Quebec. Entre os anos de 1995 e 1996, o Parlamento do Canadá aprovou uma série de emendas que visavam à promoção da união canadense, mas, curiosamente, através da cessão de um poder de veto constitucional a cinco regiões do país, Quebec incluso. Uma emenda também reconheceu o Quebec como sociedade distinta dentro do Canadá, com direito a língua, cultura e leis próprias. Desde 2005, André Boisclair tornou-se o novo líder do Partido Quebequense, que prometeu realizar o terceiro referendo caso retornasse ao poder. Por outro lado, a eleição de Stephen Harper como primeiro-ministro do Canadá – no cargo desde 2006 quando foi empossado pela governadora geral, Michaëlle Jean – foi a primeira de um *premier* de distrito eleitoral não-quebequense em 12 anos.

5.2.2 Breve revisão da questão nacionalista quebequense

A oposição emblemática entre nacionalismos étnico e cívico no Quebec postula uma distinção envolvendo uma comunidade de memória e pertencimento e uma outra que circunscreveria o reagrupamento dos cidadãos em torno do direito da perspectiva da igualdade formal (Beauchemin, 2003). A obra de Fernand Dumont, *Genèse de la société québécoise*, distingue, na sociedade quebequense, a “nação francesa” (quebequenses de ascendência francesa e assimilados) e a “comunidade política”, que corresponde ao espaço simbólico e institucional dos componentes da sociedade quebequense.

Em Dumont, a comunidade política constitui o quadro normativo no interior do qual são arranjados interesses identitários, no âmbito dos quais se encontraria a ‘nação francesa’, da qual se postula o ancoramento histórico e uma certa permanência. A partir dessa visão de coisas, a nação quebequense não existe, e o que persegue o projeto de soberania corresponde tão-somente a uma certa vontade de finalização do destino canadense-francês (...) Essa distinção suscitou críticas severas, na medida em que se reconhecia nela delineamentos de uma concepção potencialmente etnicista da nação quebequense (BEAUCHEMIN, 2003, p. 20).

A discussão levou à fomentação de defensores de um nacionalismo aberto ao pluralismo constitutivo da sociedade, de um lado, e aos partidários de um nacionalismo

associado ao percurso canadense-francês. Mais exatamente, a uma questão tripla: definir o sujeito político quebequense, a comunidade política suscetível de fundá-lo e a legitimidade do projeto soberanista (Beauchemin, 2003, p. 21).

No caso de um quadro pluralista têm-se dois problemas: o primeiro diz respeito “à afirmação de uma cidadania aberta às reivindicações particularistas e, reconhecendo a fragmentação da comunidade política, sugere a questão da legitimidade do projeto nacionalista baseado em uma comunidade histórica particular” (Beauchemin, 2003, p. 27). Já o segundo se refere ao fato de “essa abertura ao pluralismo não apaga a necessidade de fundar a legitimidade do agir político na representação de um sujeito político capaz de transcender simbolicamente a concorrência dos particularismos, quando estes apresentam suas demandas como condição de uma plena realização da cidadania” (Beauchemin, 2003, p. 27) .

Em seguida, o autor traça três possíveis representações desse sujeito político quebequense: *monológico*, *ambivalente* e *dialógico*. No primeiro caso, há uma inclinação para o destino canadense-francês, “discernindo nele a figura de um sujeito colonizado e alienado que trataria então de liberar e de fazer acontecer por si mesmo” (Beauchemin, 2003, p. 28). Esse sujeito está encarnado no

canadense-francês que se tornou quebequense desde a Revolução Tranqüila, ao qual se associaram progressivamente os que quiseram seguir com ele. A comunidade política reúne ao lado desta maioria de ascendência canadense-francesa minorias cujo tratamento político é o que toda sociedade democrática prevê para as minorias, isto é, o respeito de direitos fundamentais e, no caso do Quebec, a preservação de um certo número de direitos adquiridos. Espera-se dessas coletividades minoritárias que elas se assimilem à maioria ou, ao menos, que elas não impeçam seu projeto. Decorre naturalmente dessa posição que a maioria de ascendência canadense-francesa deveria cultivar o projeto de sua independência política, isso na medida em que este constitui o meio de sua descolonização (BEAUCHEMIN, 2003, p. 29).

O autor estranha o fato de que parte da *intelligentsia* quebequense seja pró-soberania, mas anti-nacionalista, exatamente pelo caráter exclusivo da proposta.

Um modelo republicano de cidadania corresponde a essa definição do sujeito político. Só que a defesa sem complexo de um sujeito político unitário pertence cada vez menos à nossa época. (...) As velhas nações puderam ser criadas do ‘alto’. Elas afirmam o nascimento de um sujeito político ao qual se reportaria uma cidadania desde logo associada à nação. As novas nações, as que desejam emergir em um contexto nacional que lhes seja preexistente, devem se criar ‘por baixo’ na reestruturação de diversos interesses identitários (BEAUCHEMIN, 2003, p. 30).

O segundo caso, o *ambivalente*, opõe-se ao *monológico*: trata-se do sujeito cujos parâmetros identitários não se limitam à referência à nação, mas ao fato de que a comunidade política esteja irremediavelmente dividida e fragmentada. O problema aqui é que se postulam, ao futuro, as possibilidades do próprio desaparecimento e, no caso da comunidade dos “quebequenses de herança canadense-francesa”, eles não foram riscados da história canadense porque “em tempo oportuno, ela foi capaz de fundar politicamente

suas reivindicações do conhecimento” (Beauchemin, 2003, p. 33). Ele será melhor desenvolvido por Létorneau (1999):

Levando-se em conta os resultados do plebiscito, poderia-se dizer que o movimento de reivindicação oriundo do Quebec não é senão a forma mais avançada e articulada do que acontece em outras regiões do Canadá, a saber: o questionamento, mais uma vez, do federalismo enquanto regime regulador e a recriação do Estado canadense a partir das bases regionais. Ainda que seja temerário dizê-lo, não existe contradição, mas antes uma compatibilidade funcional entre a autonomização crescente das províncias e um renascimento do Canadá como Estado e país (LÉTORNEAU, 1999, p. 276).

Muitos defendem que o projeto quebequense não tem futuro se for definido em termos étnico-culturais, o que deixa duas opções: autonomia plena e inteira e a construção de um Estado como coletividade de cidadãos, os quais abrem mão de tradições e se fundem no que chama de “ecumenismo cívico – o que os quebequenses parecem não estar prontos para aceitar por medo de um alinhamento com o Estado, de uma idéia supérflua do modelo canadense ou de uma deriva em direção ao desconhecido” (Létorneau, 1999, p. 277-278). Rotular os quebequenses como ‘nação’ ou ‘povo’ e identificá-los publicamente

a partir unicamente do *slogan* ‘Eu me lembro’ (*je me souviens*), resumindo, reagrupá-los sob o estandarte ‘um Todo, uma Consciência, um Destino, Ontem, Hoje e Amanhã’, significa atolar-se num paradigma analítico que permite evitar a complicação e a confusão dos campos de preferência a enfrentá-lo. Significa tentar explicar por que os quebequenses *ainda não* atravessaram o Rubicão da autonomia, antes de compreender o seu sentimento real a este respeito” (Létorneau, 1999, p. 278, grifos do autor).

Para muitos anglo-canadenses, em particular os políticos federais que têm um interesse em manter o Estado canadense na sua forma atual, definir o “projeto quebequense” como nacionalismo é uma maneira de concebê-lo como um perigo iminente que, por isso mesmo e por outro lado, pode funcionar como um argumento para a manutenção da unidade do Canadá.

As noções de identidade e cultura quebequenses são somente “um pretexto e um meio” para se edificar uma economia integrada e fazer do espaço territorial do Quebec uma zona competitiva forte, tendo, de um lado, cultura e identidade; e, do outro, economia, “formando a interface de um trabalho de inscrição e posicionamento centrados na concorrência coletiva – identidade com a marca Quebec na economia continental e mundial (...) O que chamamos de ‘nacionalismo’ quebequense é, cada vez menos, uma história de alma e de consciência, e cada vez mais um negócio de pragmatismo e rentabilidade” (Létorneau, 1999, p. 280).

Para o autor, é mais fácil haver maneiras ecológica, feminista, sindical, empresarial para se ser favorável à autonomia do que uma maneira quebequense. “As pessoas pensam com a cabeça, não com as entranhas” (Létorneau, 1999, p. 285). Independentistas convictos como Pierre Bourgault recusam-se a defender “o princípio das identidades e das fidelidades múltiplas, instáveis e oscilantes. Ele não aceita que o cidadão quebequense cometa o adultério supremo: ser infiel à sua suposta identidade” (Létorneau, 1999, p. 285).

Há ainda a relação ambivalente dos franco-quebequenses com o Canadá. Não é porque sejam canadenses que deixarão a busca pela autonomia. Não é porque, uma vez autônomos, deixarão o Canadá. “Desconcertante dialética!”, diz o autor, que lembra ainda que há uma *diversidade* anglófona e não um “Canadá inglês contra o Quebec” e, aponta, por fim, que a opção pela autonomia do Quebec não seja menos ou mais arriscada do que o centralismo federal.

O terceiro caso, o sujeito *dialógico*, vem, precisamente inserir a comunidade política na pluralidade que a constitui, mas sem recusar os fundamentos memoriais da cultura canadense-francesa. Citado pelo autor, Dumont mostrou como

o paradigma da raça canadense-francesa foi produzido durante o século XIX, no âmbito de determinações sócio-históricas particulares ligadas ao medo da assimilação. Não se trata de criticar essa definição substancialista da comunidade canadense-francesa da qual nós tentamos mostrar o potencial exclusivista e o caráter retrógrado. Mas, ao mesmo tempo, o conceito de identidade quebequense, que se substitui agora a estas duas grandes designações da comunidade que foram as noções de raça e de cultura, trabalha pela dissolução da representação da cultura quebequense enquanto pertença (Beauchemin, 2003, p. 35).

Nesse caminho, Turgeon (2003) traça uma dicotomia da análise entre os que defendem caráter único da experiência histórica quebequense e aqueles que afirmam, ao contrário, que o Quebec reúne as forças socioeconômicas e as ideologias comuns ao conjunto da América do Norte. É aqui que o autor trata da oposição anteriormente apresentada entre o Quebec como sociedade única e global na América do Norte contra o Quebec como espaço regional na América do Norte. O primeiro corresponde à virada histórica quebequense da Revolução Tranqüila e suas implicações políticas e sociais, apresentado no item anterior.

Já o questionamento do Quebec como sociedade única e global no continente norteamericano começou a ocorrer a partir do final da década de 1970, especialmente por cientistas políticos e sociólogos que trabalham o paradigma do espaço regional e os historiadores associados ao revisionismo histórico. O primeiro grupo defendia que o Quebec não pode ser compreendido sem referência ao desenvolvimento do capitalismo *made in USA*, à federação canadense e ao pluralismo de experiências e interesses sobre seu território. O segundo grupo propôs uma nova narrativa do passado no Quebec, que não significa propriamente uma refutação, mas um reposicionamento diante de certos conceitos que estiveram na base construtiva da história quebequense recente – como as sociedades catolicistas, tidas como tradicionais em contraposição às anglo-saxãs, tidas como verdadeiros modelos de modernidade.

Detectou-se aí um risco de indução a uma espécie de preconceito espelhado, a partir do momento em que se associe a modernidade a uma nação, desenvolvida economicamente, liberal e democrática, enquanto outras que passam por dificuldades

econômicas e/ou por períodos ditatoriais não o sejam: “é como afirmar que um professor universitário, a título de exemplo, é mais humano que um fazendeiro analfabeto ou que um recém-nascido. A modernidade, como a humanidade, é um conceito qualitativo e não quantitativo. Ela se refere a uma espécie social, heterogênea, como o são a maior parte das espécies, e radicalmente diferentes uma da outra” (Greenfield apud Turgeon, 2003, p. 69-70). Pesquisa que analisou o empresariado canadense-francês desde o início do século XIX: “não se vivia, antes de 1960, em um mundo de opressão, de conservadorismo paralisante e de falta de liberalismo, mas em um mundo que se parecia com o que se verifica em outras províncias canadenses” (Paquet apud Turgeon, 2003, p. 70).

Por isso, Turgeon parece aproximar-se da idéia da representação ambivalente apresentada anteriormente por Beauchemin e atribuída a Létorneau, ao evidenciar não a história da sociedade canadense-francesa, mas a relação do conjunto dos habitantes do território quebequense, sejam eles provenientes do noroeste, como os *inuits*, há milhares de anos, sejam da França à época efetiva da ocupação com a chegada de Jean Talon no século XVI, ou da Escócia do XVII, da Irlanda da Grande Fome, um judeu ou italiano. Abordagem que, portanto, vai rejeitar a idéia de uma ruptura simples e drástica por ocasião da Revolução Tranqüila nos anos 1960, que dividia o Quebec anterior como tradicional e atrasado e o posterior como moderno e avançado. Defendem uma experiência cíclica, de indas e vindas que culminem no histórico processo dos anos 1960 – e incluam as mudanças de geração, o impacto dos avanços tecnológicos, a gradativa e diversa incorporação do imigrante, do pensamento intelectual e do investimento de capitais distintos.

Trata-se de uma passagem ao “Estado-Providência como se efetua, na mesma época, na maior parte das sociedades ocidentais, com o estabelecimento de programas sociais em grande escala” (Turgeon, 2003, p. 71). O Quebec não vive em uma temporalidade distinta da América do Norte ou dos EUA, mas adota idéias similares e partilha mesmos desenvolvimentos socioeconômicos¹⁶.

O processo revisionista, contudo, avança não sem sofrer críticas de outros historiadores, que apontam a ausência de um mergulho mais profundo nos conflitos étnicos do passado quebequense, que incluem “episódios de xenofobia, da chegada tardia à sociedade urbana e industrial, a influência notória do clero”, dentre outros (Rudin apud Turgeon, 2003, p. 74).

¹⁶ O autor cita “equação” de Yvan Lamonde que descreve a coletividade quebequense da seguinte forma: $Q = -Fr + GB + (USA)^2 - R$. Para Lamonde, de modo esquemático, a história e a identidade quebequense (Q) são constituídas de menos França (Fr) do que se possa acreditar, mais Grã-Bretanha (GB) do que gostariam de admitir, de uma influência estadunidense (USA) muito mais importante do que se pensa e de uma influência muito menos importante de Roma (R) do que o clero acreditava (Turgeon, 2003, p. 72). Mas, ainda verifica-se a necessidade de inclusão, nessa fórmula, das grandezas autóctones e imigracionais.

As idéias de Rudin coincidem com o mais recente movimento de analistas da sociedade quebequense, que são os autores que investem na comparação sistemática do Quebec com outras sociedades ocidentais. Daí emergem duas abordagens emergentes: a que vê o Quebec como coletividade nova e o Quebec como pequena região e Estado-Nação.

No primeiro caso, faz-se uma comparação entre uma sociedade rural franco-canadense, a região do Saguenay, com províncias anglo-canadenses e estadunidenses e constatam-se semelhanças no que tange à relação cotidiana com o território, à idéia de mãe-pátria e à construção de um quadro de integração (em especial, um quadro de nação) – ou seja, a maneira como historicamente se pensou e se modelou sua pertença ao Novo Mundo. Construção que, incerta quanto à identidade nacional, também recorria ao ruralismo e à ameaça a sobrevivência (perigo amarelo na Austrália e Nova Zelândia; o medo da potência americana no Canadá inglês, o temor da imigração na história americana). Assim, o Quebec possui traços semelhantes ao de outras regiões. Mas há, claro, também as particularidades:

Em primeiro lugar, o Quebec é, com Porto Rico, uma das raras coletividades do Novo Mundo a não ter realizado sua soberania política. Em segundo lugar, o Quebec é único pela influência considerável de várias potências externas (França, Vaticano, Estados Unidos, Canadá e Grã-Bretanha). É contudo a persistência do pensamento continuísta, idealizando uma mãe-pátria francesa pré-revolucionária, que distinguiria o Quebec das outras coletividades novas. Se utopias de ruptura apareceram antes do fracasso da rebelião dos Patriotas, a seguir o Quebec testemunhou a construção de utopias da continuidade ou com dominante continuísta, por exemplo, sobre a missão civilizatória da raça canadense-francesa na América (Turgeon, 2003, p. 77).

No segundo caso, tem-se a presença constante de um forte nacionalismo na história do Quebec, mas que viveu uma transformação radical durante a Revolução Tranqüila.

Étnico em sua concepção da identidade quebequense e conservador em sua defesa do status quo constitucional anterior a 1960, ele teria se tornado, progressivamente, sob a égide de uma nova elite neo-nacionalista, cívico em seu enraizamento ao território quebequense e reivindicador em seu desejo de reformar a federação canadense ou ainda em fazer do Quebec um país independente. (...) Para o cientista político escocês Michael Keating, a ascensão destes movimentos nacionalistas no Quebec, Escócia e Catalunha [como forças políticas autônomas após a Segunda Guerra Mundial] embora tenha suas raízes em uma longa tradição de lutas pela sobrevivência em um meio ambiente às vezes hostil, se explica em primeiro lugar por dois fenômenos contemporâneos: o declínio da legitimidade dos Estados centrais, incapazes de reagir a novos problemas sociopolíticos (em particular a crise do Estado Providência), e, a seguir, a reconfiguração do espaço político que a reintegração continental e a globalização teriam deflagrado (Turgeon, 2003, p. 78-79).

A diferença entre o Quebec como Estado-região e os dois outros exemplos citados é que, no caso escocês, a identidade foi mais forjada em instituições civis do que em traços culturais e a Catalunha aproveitou consenso das elites pós-Franco e a instituição de comunidades que voluntariamente desenvolveram concepção cívica de nação. Mas o Quebec é “a pequena nação que tem à sua disposição o maior número de poderes políticos

que contribuíram para um controle excepcional dos recursos econômicos e industriais sobre seu território” (Turgeon, 2003, p. 80).

Dussault (1986) lembra que a questão da intervenção na cultura não seja só uma questão do Quebec, mas do mundo todo e aponta três justificativas ideológicas para essa intervenção: i) a invocação das “necessidades culturais”; ii) a invocação implícita ou explícita dos “direitos culturais” e ainda iii) a invocação do “desenvolvimento cultural”.

No primeiro caso, a intervenção cultural estatal corresponde à necessidade de assegurar, em virtude do papel complementar do Estado, a cobertura de certas “necessidades culturais” dos indivíduos e da sociedade – por exemplo, o lazer, a oferta de atividades criativas, determinadas por estudos de demanda e, ainda, a ajuda financeira àqueles que promovem tais atividades. Mas também lembra que o termo necessidade deve ser distinguido entre uma forma natural e outra social e ele próprio deve ser melhor demarcado, pois se avizinha tanto de outros termos como pulsão, interesse, desejo, aspiração.

No segundo caso, o dos direitos culturais, a intervenção cultural do Estado pode ser compreendida sob três diretrizes de realização efetiva:

- i) ao direito das coletividades nacionais à afirmação e à de suas culturas. Comum nas decisões da ONU – Carta de Direitos – e Unesco – Direitos Culturais como direitos do homem;
- ii) ao direito dos indivíduos à cultura, compreendido como direito à igualdade das oportunidades de acesso aos bens da cultura, a uma democratização da ‘alta cultura’ e uma desconcentração espacial dos recursos culturais (materiais e humanos) e de uma descomercialização dos bens e serviços culturais;
- iii) ao direito dos indivíduos à cultura, compreendido como direito à igualdade de oportunidade de acesso à criação ou à expressão cultural, democracia cultural garantida notadamente pela descentralização da decisão e da escolha cultural autorizam um pluralismo cultural (multiculturalismo).

Quanto ao desenvolvimento cultural, que antes era associado à satisfação das necessidades culturais, depois à realização dos direitos culturais, agora é associado à capacidade de gerenciar o próprio porvir através de uma política cultural (Dussault, 1986). Assim, o Quebec se encontra em um cruzamento dos caminhos de identidade. “Ele não liquidou a memória canadense-francesa, ao mesmo tempo que não se reconhece inteiramente nela e [sente a] (...) a urgência de revelar a nação propriamente dita nesta velha tristeza de não vê-la transformar-se no que ela sabe, contudo, que existe” (Beauchemin, 2003, p. 37 e 32).

Após ponderações acerca da história e da questão nacionalista no Quebec, passamos ao exame da trajetória de política cultural do Canadá, enfatizando a experiência quebequense.

5.2.3 A política cultural no Canadá e no Quebec

No plano federal, na primeira parte do século XX não havia uma menção explícita à cultura na Constituição canadense, mas algumas instituições de relevo foram criadas: os Arquivos Nacionais (1908), a Comissão dos Monumentos e dos Sítios Históricos (1918), a Sociedade *Radio-Canada* (1936), o Serviço Nacional de Cinema (1939), que mais tarde também inauguraria sua sucursal francófona em Montreal (1956, passando a ter produção autônoma em 1964). No próprio Quebec, antes da Revolução Tranqüila, a ação cultural do governo quebequense se deu pontual e circunscritamente aos domínios tradicionais do patrimônio e das artes: a fundação do Escritório dos Arquivos da província (1920); Lei dos monumentos históricos e artísticos (1922); Comissão dos monumentos históricos (1923) e abertura do Museu da Província (1933) (De Koninck, 1986; Garon, 2004).

Após a II Guerra, o Canadá e vários outros países começaram a adotar linhas de políticas públicas bem específicas com relação à educação, à cultura e ao lazer. Especialmente após 1949, quando relatório publicado pela comissão Massey-Lévesque, do Parlamento canadense, apontou deficiências na vida cultural do Canadá, recomendou princípios para a união do país, solicitou o acesso universal à cultura e criticou o excesso de dependência cultural do Canadá diante dos EUA (Kurasawa, 2003).

Por isso, o governo federal, desde 1951, preocupou-se em criar organismos culturais relativamente autônomos, inspirados, por sua vez, no modelo londrino do Conselho de Artes e das grandes fundações privadas americanas.

No caso do Quebec, acompanhando os ventos de mudança da Revolução Tranqüila, a criação do Ministério dos Assuntos Culturais (MAC) se dá em 4 de abril de 1961, sob a administração de Jean Lesage, tendo o vice-ministro Guy Frégault como um dos criadores da pasta, ocupada primeiramente por Georges-Émile Lapalme (1961-64) e, em seguida, por Pierre Laporte (1964-1966)¹⁷. Ao criar o ministério, o governo do Quebec impõe sua face

¹⁷ À frente do ministério da cultura quebequense estiveram Georges-Émile Lapalme (1961-1964), Pierre Laporte (1964-1966), Jean-Noël Tremblay (1966-1970), François Cloutier (1970-1972) Claire Kirkland-Casgrain (1972-1973), Denis Hardy (1973-1975), Jean-Paul L'Allier (1974-1976), Louis O'Neil (1976-1978), Denis Vaugeois (1978-81), Clément Richard (1981-1985), Gérald Godin (1985), Lise Bacon (1985-1989), Lucienne Robillard (1989-1990), Liza Frulla-Hébert (1990-1994), Louise Beaudoin (1995-1998), Agnès Maltais (1998-2001), Diane Lemieux (2001-2003), Line Beauchamp (2003-2007), Christine St-Pierre (2007-). Fontes: Site da Assembléia Nacional do Quebec e também texto *Ministère des Affaires culturelles du Québec* de POTVIN, Gilles em *The Canadian Encyclopedia/L'Encyclopédie Canadienne On line*. Disponível através do site <http://www.thecanadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=Q1ARTQ0002390>. Acesso em 2 de agosto de 2008.

perante o governo federal e, ao mesmo tempo, “isola a preocupação com a cultura de uma série de outras, como educação, lazer, economia e comunicação, totalmente dominados por Ottawa. A *Radio-Québec* não foi instituída antes de 1968” (De Koninck, 1986, p. 42).

O ministro Pierre Laporte, em seu projeto para o *Livro branco*, se inspira no decreto constitutivo do Ministério dos Assuntos Culturais (*Affaires culturelles*) francês. Em 1959, o MAC francês definia que é missão do Estado tornar acessível as obras capitais da humanidade. Mas Laporte também invoca o artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948), que estipula que “toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam”.

Um relatório é produzido e dispõe que sobre todo o território do Quebec devem ser instalados equipamentos móveis que permitam ao máximo a participação das comunidades nas atividades artísticas. Recomenda, ainda, que a divisão territorial do Quebec servirá de base à desconcentração cultural e à regionalização das políticas e das atividades culturais. Laporte vai estabelecer que o Estado tem o dever de defender a cultura nacional, promover sua expansão, difusão e fazer com que essa cultura, e por ela a cultura universal, possa enriquecer-se pela produção incessante das criações individuais. A Revolução Tranqüila consolida-se assim como o momento em que a nação franco-canadense se encarne política e também culturalmente no Quebec. A afirmação desse direito do Estado constitui uma busca pela legitimação de sua existência distinta.

Enquanto, em nível federal, a institucionalização cultural começa a tomar corpo a partir de 1951, o Quebec implanta o seu próprio Ministério dos Assuntos Culturais (MAC) uma década depois. “O mandato do novo ministério associou estreitamente cultura, língua e identidade nacionais. Ele tornou-se um instrumento de afirmação da identidade cultural franco-canadense” (Garon, 2004, p. 23). Ou, nas palavras de Jean Lesage, o MAC deveria tornar-se “o maior e o mais eficaz servidor da causa francesa na América, diria mesmo a alma de nosso povo” (Lesage apud Garon, 2004, p. 23).

Em seu primeiro ano de atividade, o MAC dispunha de um orçamento em torno de CDN\$ 3 milhões, destinados em sua boa parte ao funcionamento e ao aprimoramento das instituições existentes como os museus, arquivos e conservatórios. Em 1963 e 1964, o valor sobe para CDN\$ 5 milhões, o que equivale a 0,6% do orçamento à época e bem acima da quantia destinada pelo Conselho das Artes do Canadá a todo o país: CDN\$ 3,17 milhões (Garon, 2004, p. 24). Ocasão em que o MAC articula o sistema cultural através de medidas legislativas, que até hoje caracterizam o *modus operandi* da política cultural quebequense: Lei de Segurança Editorial (1962); Lei dos Concursos Artísticos, Literários e Científicos (1962); Lei dos Arquivos Nacionais (1969) etc. Em 1967, as comemorações do centenário

da Confederação canadense foram marcadas pela criação da *Place des Arts* de Montreal, do Grande Teatro do Quebec e mais de 60 centros culturais (Garon, 2004, p.27).

Como visto, a política cultural do Quebec é muito influenciada pelo modelo europeu, sobretudo da França: ambos defendem ações semelhantes no campo cultural, nas quais o governo deve intervir como agente responsável. Não por acaso, os primeiros equipamentos e modelos de gestão culturais (como teatro, museus e o próprio Serviço de Bibliotecas Públicas) são inspirados no modelo francês. De Kornick (1986) defende, todavia, que a intervenção junto às indústrias culturais seja uma prerrogativa quebequense: criada no final dos anos 1970, a Sodicc foi quem acabou inspirando modelo francês semelhante.

A criação do primeiro ministério – associado à cultura, ao crescimento econômico, ao *baby-boom* e a expansão do aparelho governamental em função do poder público, tanto em nível canadense como quebequense –, desencadeou uma situação propícia à melhoria da cultura. “A Revolução Tranqüila se apruma. E todos esses fatores fazem dos anos 1960 um dos períodos mais férteis da história da cultura. J.-C. Germain fala mesmo em ‘o milagre cultural quebequense’” (Garon, 2004, p.23). É também em meados dos anos 1960 que o Quebec começa a ter uma participação mais ativa nos fóruns multilaterais internacionais sobre cultura.

Os primeiros relatórios do Ministério dos Assuntos Culturais permitem ver como o governo identificou pouco a pouco os domínios que julgou ‘artísticos e culturais’. À medida que os anos se passam e que a sociedade quebequense evolui como sociedade pós-industrial, disciplinas se agregam e funções se especificam. (...) Entre os anos de 1962 e 1963 se consolida a Direção Geral de Artes e Letras (literatura, música, teatro, pesquisa, ajuda à criação). Entre 1971 e 1972, o conjunto do ministério se estrutura com as seguintes funções: relações exteriores, criação, formação, difusão, conservação. Mas no ano seguinte volta a se estruturar no formato disciplinar. (...) Em 1973 e 1974, reconhece o campo das indústrias culturais como um campo de intervenção a considerar e forma-se um grupo de estudo. (...) Os primeiros passos do Ministério de Assuntos Culturais anunciam o questionamento que ainda se faz atualmente no que tange à sua dinâmica interna: onde intervir (domínio e disciplinas)? Por que intervir (metas e funções)? Como intervir (maneiras e modalidades)? [tradução nossa] (De Koninck, 1986, p. 42-43).

Os principais textos oficiais da gênese política cultural quebequense são o *Livro branco*, de Pierre Laporte (1965); o *Relatório Rioux* (1968); o *Livro verde* (1976), do ministro Jean-Paul L’Ailler, e o *Livro branco*, de Camille Laurin, representante da cultura pelo gabinete do *Partido Québécois* de Lévesque (1978). Uma análise desses documentos mostra, em linhas gerais, como “a intervenção do poder, em matéria de cultura no Quebec, repousa sobre a identificação de uma sociedade e mesmo uma nação quebequense” (De Koninck, 1986, p. 45).

O projeto do *Livro branco* (1965) e do *Livro verde* (1976) constitui anúncios de democratização e desconcentração culturais. L’Ailler lembra que não se trata de venda de bens culturais (discos, filmes, livros etc), mas de proporcionar às pessoas a manifestação de

sua própria vida cultural, participar da produção de sua própria consciência, através de um largo acesso para a criação e a efetiva ação cultural descentralizadora.

Esse reconhecimento de uma identidade nacional que deve ser preservada coletivamente, princípio do *Livro verde*, na verdade remete ao já mencionado artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos do Homem, bem como a trechos do *Livro branco* de Laporte: “uma nação que se funda sobre a consciência de formar uma sociedade distinta, animada por uma vontade comum e sobre o poder que detém de fazer seu próprio destino”, ou ainda: “é pela cultura que uma coletividade se exprime, sua mentalidade se traduz (...) se identifica a olhos vistos”.

O relatório Rioux explicita ainda mais a tensão que o *Livro branco* de Laporte evidencia entre, de um lado, o lugar das artes e da cultura e seu desenvolvimento na sociedade quebequense e, de outro, a idéia de cultura como um sentido que supera as obras de arte e do espírito por englobar o modo de vida, a visão de mundo e a política. Por se tratar de uma cultura a construir e não só a conservar, o documento propõe que o MAC seja designado como “Ministério do desenvolvimento cultural, encarregado de favorecer a junção entre a criação e público, expressão e participação do maior número de pessoas e coletividades (...) tendo como perspectiva a democracia cultural”. (Garon, 2004, p. 24).

Ou ainda, como revela trecho do próprio relatório: “a primeira responsabilidade será de permitir que cada uma das comunidades tenha à sua disposição todos os equipamentos culturais coletivos próprios a favorecer a elaboração de sua própria cultura” (Rioux apud Garon, 2004, p. 25).

Fica evidente, entre os anos 1961 e 1976, o alargamento da missão cultural do Estado no Quebec. Sem Estado, não há cultura. “É a época na qual o Quebec viveu a ‘deificação do Estado’”, ao mesmo tempo em que, contudo, vários ministros de assuntos culturais seguiram o pressuposto deixado por Lesage: “o governo não cria e nem dirige a cultura” (De Koninck, 1986).

O *Livro branco* surge em 1978 e reitera os seguintes pressupostos: o direito de todos à cultura e o dever de Estado de favorecer a liberdade de criação, inclusive ao dizer que não seja possível dissociar desenvolvimento cultural em separado do econômico, social e outros. O “desenvolvimento cultural” compreendido como sendo a realização de uma “democracia cultural”, na qual “as coletividades poderão controlar mais o seu destino”. Por isso, o governo também deve assumir um efeito reorganizador dos mercados (De Koninck, 1986; Garon, 2004).

Um grupo de estudo é solicitado para a questão e, em dezembro de 1978 ocorre o *Mini-Sommet*, no qual representantes de diversos setores culturais do Quebec são convocados (artistas, livro e jornais, discos, espetáculos e cinema). Dessa reunião sai a decisão para a subsequente criação de várias sociedades do governo para a questão das

indústrias culturais, tais como o Serviço de Bibliotecas Públicas (que advém de 1960); a Sociedade Quebequense de Desenvolvimento das Indústrias Culturais (Sodic, 1978), que incluirá três anos depois um novo “c” ao final para incluir as comunicações (1981, a Sodicc); a Sociedade Geral do Cinema (1983); e ainda a Lei de Uso, Ocupação e Urbanismo, para a planificação territorial (1979).

Se a legitimidade de ação do Estado for reconhecida, vem a questão estratégica: onde, por que e como intervir. O relatório *Applebaum-Hébert* (1982), do governo federal, propõe que a intervenção estatal na vida cultural se dê sob cinco pontos: como proprietário, guardião, legislador, mecenas e catalisador. O Quebec responde a essas propostas “com o MAC se dividindo em várias direções: elitismo e vanguarda; coletivismo e socialismo; democracia e capitalismo – sistemas de valores opostos são como que convidados a se reconciliar nesta estratégia” (De Koninck, 1986, p. 47).

Nos anos 1980, o esquema de representação setorial configura os Comitês de Desenvolvimento Cultural (Codec). Isso marca o início da gradativa delegação dos poderes do sistema organizado pelo MAC para outras instituições regionais, locais e autônomas, vinculadas ao ou fiscalizadas pelo MAC. Essa ação implica também a difusão de serviços culturais: o montante de recursos investidos em bibliotecas autônomas e centrais saltou de 46,4% (1962) para 79,5% (1980) e, por fim, 91,5% (1997). A taxa de frequência das bibliotecas públicas, em 20 anos, aumentou de 23,5% (1979) para 36,1% (1999). O orçamento para o biênio 1980-1981 foi de CDN\$ 100 milhões. “De 1977 a 1996, o MAC investiu aproximadamente CDN\$ 1 bilhão para a realização de mais de 650 projetos de equipamentos culturais, 2450 projetos referentes ao patrimônio e 80 projetos de equipamentos especializados para comunidades” (Garon, 2004, p. 27). Em 1979, o MAC também deu início, a cada cinco anos, a uma espécie de censo cultural sobre o comportamento e o consumo das práticas culturais dos quebequenses.

No programa de 1983 do MAC, considera-se que o artista invista na cultura sua energia pessoal e seus recursos financeiros e, se vive de sua produção, há toda uma gama de intermediários que não são o artista. E assim, o ministério – que ao longo de seus 47 anos, já teve 19 ministros – torna-se mais preferido pelos quebequenses do que os órgãos federais, pois

gradativamente, investe em ferramentas que lhe permitam conhecer melhor o meio cultural: consultas, estatísticas e estudo de tendências. Com a multiplicação dos “meios culturais” e dos “interesses”, essa escuta tornou-se forçosamente complexa e consciente. Cinco fases são necessárias para compreender a ação ministerial dos Assuntos Culturais: i) a fase tradicional; ii) a fase do mecenato; iii) a fase de acessibilidade; iv) a fase da parceria e v) a fase do realismo econômico e das indústrias culturais. Todas elas contendo um lado positivo e outro negativo [tradução nossa] (De Koninck, 1986, p. 50).

Na fase tradicional, tem-se, de um lado a preservação e a conservação dos patrimônios histórico e social. De outro a tendência a negligenciar o novo, a inovação e se

fixar apenas no passado. No mecenato, de um lado, uma arte livre das forças do mercado e que protege o esforço artístico marginalizado. Reconhece a arte pela arte e se contrapõe ao materialismo e ao conformismo. De outro, o risco de favorecer uma elite institucional e uma vanguarda distante da vida cultural.

Na acessibilidade, a preocupação com a questão da democratização da cultura torna-se evidente e traduzida em serviços culturais oferecidos pelo Estado. Levasseur (1986) mostra como os números de serviços de lazer cresceram exponencialmente após a Revolução Tranqüila. Em especial durante a fase maior e quase providencial de apoio estatal, compreendida entre os anos de 1960 e 1976, porque mais voltada para uma expressão e uma vontade coletivo-nacional do que propriamente individual. Nessa fase, em primeiro lugar, devia-se promover um conteúdo cultural quebequense e, em segundo, ser um instrumento de desenvolvimento da comunidade. Por outro lado, a questão da acessibilidade de toda cultura a todos podia engendrar a dependência e o paternalismo.

Na parceria, o governo atua ao lado de prefeituras ou mesmo de grupos privados para criação de projetos de envergadura. Por outro lado, há a crítica ao Estado como co-participante ou parcialmente responsável pela ação cultural, num movimento de retração de sua força no setor.

Por fim, no que tange ao realismo econômico cultural, no Canadá, a cultura é a 11^a indústria mais importante, a 4^a que mais emprega, gera produtos de consumo e economia de serviços (De Koninck, 1986). Mas dois problemas emergem dessa fase: o comprometimento com o conformismo e o materialismo, além do papel social da arte e nele, o estatuto sócio-econômico dos artistas. Mas o movimento de industrialização da cultura suscitou a intervenção do Estado “com o duplo objetivo de proteger e apoiar a produção quebequense a este nível. (...) Tal filosofia revela uma tendência nova e diferente daquela que presidiu a criação do MAC em 1961, quando Lesage se preocupava com o ‘materialismo’ da sociedade industrial e apoiava as manifestações do espírito” (De Koninck, 1986, p. 52).

Nos anos 1960, o debate sobre a soberania do Quebec enfatiza a “sobrevivência”, “dominação” e a “liberação” de uma cultura. Nos anos 1980, torna-se a preocupação de fundamento de nação, de sua autonomia e de seu Estado (Mailhot e Melançon, 1986).

Mas, em 1992, três conhecidas linhas de ação são reafirmadas no programa de política cultural *notre culture, notre avenir*, do Quebec: “afirmação da identidade, o desenvolvimento da criação e do acesso à cultura e a participação dos cidadãos” (Garon, 2004, p. 28). A necessidade de uma revisão dos equipamentos culturais tornou-se explícita, em especial ao se considerar a particularidade e a necessidade de cada região do Quebec (Daigle, Gauthier e Petitpas, 2008, p.6).

Em 1993, o MAC torna-se Ministério da Cultura e, no ano seguinte, muda novamente seu nome para Ministério da Cultura e das Comunicações (MCC), tendo em vista uma “reorganização governamental para reunir os meios de comunicação à cultura (...) procurando corresponder às mudanças profundas que marcam a sociedade quebequense atual, como a mundialização, a integração massiva das TICs, a instauração de uma economia do conhecimento” (Garon, 2004, p. 29 e 31). Essas mudanças prosseguem em novo movimento de delegação institucional das políticas do ministério, como o início das atividades do Calq e a criação da Sodec.

Criado em 1992, é só em 1994 que começam as atividades do Conselho de Artes e Letras do Quebec (Calq). Voltado para o artista (visual, performático, escritor), é regido por um conselho diretor de 12 membros vinculado ao ministério e tem como missão o apoio à criação artística e literária, sua produção e disseminação. No recente biênio de 2006 a 2007, o Conselho trabalhou com um orçamento de CDN\$84,8 milhões, dos quais CDN\$71 milhões foram destinados ao apoio a organizações artísticas (535 no período), artistas e escritores profissionais (1166, no período); CDN\$ 6,8 são destinados ao programa *Placements Culture* de subvenção em contrapartida, voltado – como todos os demais programas de subvenção do Calq – a empresas sem fins lucrativos; CDN\$6.6 milhões ao funcionamento do Calq e CDN\$0.4 milhão para júris e comitês consultivos (Calq, 2008).

Mas também no ano de 1994, o então MCC cria outro braço importante de atuação, a Sodec (*Société de Développement des Entreprises Culturelles*). A Sodec estabelece como objetivo “a promoção e o apoio, a todas as regiões do Quebec, à implantação e o desenvolvimento das empresas culturais, incluindo seus *media*, e contribuir ao aprimoramento da qualidade de seus produtos e serviços, bem como a competitividade dos mesmos no Quebec, no restante do Canadá e no estrangeiro” (*Loi sur La Sodec*, capítulo II, artigo 17, Sodec, 2008).

A Sodec tem como missão ampliar e diversificar as empresas culturais da região, através de empréstimos, subvenções, empréstimos de longo prazo, créditos renováveis. Também fornece outras garantias de empréstimo com a intenção de aprimorar mercados de exportação das empresas culturais da região, inclusive por meio do apoio à sua participação em feiras internacionais. “Em alguns casos chega a participar do capital acionário das empresas” (Reis, 2007, p. 324-325).

A ação da Sodec se estrutura sobre empresas destas quatro áreas: i) cinema e produção televisual; ii) disco e artes performáticas; iii) livro e edições especializadas e iv) artesanato. Há o quinto raio de ação, mais restrito, que recai sobre o patrimônio quebequense – mais especificamente, o parque imobiliário patrimonial de cerca de 30 imóveis na região de *Place Royale*, no Quebec, sítio da história francesa na América e patrimônio cultural da humanidade. A Sodec é responsável pela restauração e pela locação

– sidencial, comercial, institucional e turística – desses imóveis. A origem da Sodec, contudo, remonta a meados da década de 1980, quando a União dos Artistas (UDA) propôs a criação de uma Caixa de Economia da Cultura.

Uma série de eventos consecutivos desencadeou a criação do Fundo de Investimentos de Cultura e das Comunicações (FICC), organismo destinado ao investimento de capitais de risco nas empresas do setor que possuem perspectivas de desenvolvimento. (...) Atuando de modo coerente com o alinhamento da economia e da cultura, a aplicação dos recursos do FICC considera não apenas a adequação das empresas e seus projetos aos critérios culturais estabelecidos, como também aspectos financeiros e institucionais” (Reis, 2007, p. 324).

Os recursos da Sodec provêm do controle de 1/3 do FICC – no exercício de 2004-2005 foram concedidos em financiamento cerca de US\$ 16, 5 milhões. A Sodec é o principal órgão de financiamento das iniciativas empresariais de cultura no Quebec, voltadas para aquelas vinculadas ao artesanato e à indústria do livro, do disco e do filme.

Em 1996, o MCC publica o relatório *D’hier à demain*, que trata em especial do reconhecimento da pluralidade das expressões, como as populares, próximas ao cotidiano e também aquelas ligadas à vida cultural contemporânea, como a dos amadores, dos jovens e das comunidades de diversas origens étnicas. Alarga ainda mais o horizonte de ação do MCC, incluindo a cultura científica e tecnológica, bem como o lazer e o turismo culturais. Assim, “o apoio à vida cultural e à democratização da cultura são duas missões distintas, legítimas, mas a primeira não pode ser instrumento da segunda” (Garon, 2004, p. 31). O MCC também adota, especificamente, uma política de difusão das artes cênicas, chamada *Remettre l’art au monde*, com o objetivo de sensibilizar o público para essa área, com foco em uma eventual diversidade de espetáculos (Daigle, Gauthier e Petitpas, 2008, p.6).

Sob o plano financeiro, a verba do ministério passou de US\$ 260 milhões em 1990-1991 (0,71% do orçamento provincial) a US\$ 457 milhões em 1999-2000 (1,2% do orçamento provincial). A despesa pública *per capita* de cultura no Quebec foi de US\$ 133 em 1996-1997 (sem considerar o rádio e a televisão), menor do que da França (US\$ 246 em 1993), mas próxima à da Suécia (US\$ 187 em 1994), e mesmo superior à do Canadá como um todo (US\$ 122 em 1996-1997) (Garon, 2004, p. 29).

Criado em 1998, o Instituto de Estatística do Quebec (IEQ) sistematiza a informação cultural da província através do Observatório da Cultura e da Comunicação do Quebec (OCCQ). Organizado em oito comitês, o OCCQ reúne representantes de artes visuais e artesanato; cinema, audiovisual e rádio; gravação de som e artes performáticas; livro, literatura e livrarias; multimídia; patrimônio, museus e arquivos; municipalidades e governos locais e, por fim, pesquisa universitária. Eles são responsáveis, entre outras atividades, por coletar e organizar dados referentes às suas áreas culturais do conjunto estatístico reunido pelo IEQ, divulgá-los e ainda por se relacionar com as respectivas associações, agências e empresas afins.

Dentre a publicação periódica de relatórios em cada área, o OCCQ também investiu em um sistema de classificação de ocupação cultural. Como todo o material produzido pelas instituições públicas do Quebec, o estudo, publicado em 2004, está disponibilizado em seus *sites* oficiais – o que, na verdade, é apenas um desdobramento maior de uma política de governo canadense que tem como premissa o acesso público *on line* a toda documentação produzida (Imbert, 2005).

Ano passado (2007), o MCC passou a se chamar Ministério da Cultura, das Comunicações e da Condição Feminina (MCCCF) e lançou o plano quebequense de infraestrutura *Des fondations pour réussir*, com o objetivo de melhorar e modernizar o desempenho dos espaços culturais no que tangia a equipamentos e reformas. A ação incluía aprimoramentos acústicos, energéticos até adaptações gerais a normas de segurança. Foram US\$ 885 milhões a serem investidos ao longo de cinco anos. Deste valor, US\$ 607 milhões serão destinados a parcerias com prefeituras, organizações e iniciativa privada, dos quais US\$ 277 milhões serão destinados aos organismos do Estado.

No caso do Quebec, um levantamento aponta que a província possua 2.800 espaços culturais, dos quais praticamente a metade (51%) pertencente aos governos municipais. Um estudo realizado pelo OCCQ dá uma noção desses estabelecimentos (TAB 3) (Daigle, Gauthier e Petitpas, 2008).

Tabela 3 – Número de alguns estabelecimentos culturais do Quebec

Grupos e sub-grupos	Número de estabelecimentos
Centros artísticos	63
Salas de espetáculos	502
Museus de arte	20
Museus de história	83
Museus de ciências	25
Centros de exposição	65
Centros de serviços de arquivos	299
Organismos patrimoniais	304
Bibliotecas públicas autônomas	105
Pontos de serviços de bibliotecas	312
Bibliotecas afiliadas	680

Fonte : Governo do Quebec, OCCQ apud Daigle, Gauthier e Petitpas, 2008, p.5

A idade média dos equipamentos culturais governamentais é de 55 anos (Quebec) e 13 anos (municípios). Nas cidades centrais, como Chicoutimi, Jonquière, La Baie, Saint-Hyacinthe, Saint-Jérôme, Rimouski e Victoriaville não existem salas, segundo o documento, de “calibre profissional”. Há também equipamentos obsoletos e poucas performances. A maioria das salas, fora as cidades de Montreal e Quebec, possuem, em média, espaço para cerca de 650 assentos – o que é muito para um espetáculo mais intimista, mas pouco para eventos de grande público.

Há também em Quebec uma instância patrimonial, o Fundo de Patrimônio Cultural Quebequense (FPCQ), também ligado ao MCCCCF, criado para subvencionar obras de patrimônio, principalmente no que tange à restauração e difusão, em um plano de cinco anos que teve início em 2006, com um montante anual estimado em US\$ 10 milhões. A previsão é que, ao final dos cinco anos, e com possíveis parcerias, consigam levantar, no setor, investimentos na ordem de US\$ 200 milhões. É sob esse fundo que funciona, por exemplo, o programa *Aide aux immobilisations* que ajuda projetos na área, mas só em até 50% do custo – salvo quando se trate de uma instituição sem fins lucrativos ou uma prefeitura de economia mais baixa (há um índice de riqueza financeira estipulado para cada municipalidade. A ajuda vai para aquelas que apresentem um índice abaixo ou igual a 75), quando o apoio pode chegar a 90%.

Em nível federal, há outras possibilidades de investimento no setor infra-estrutural em cultura, como programas vinculados ao Ministério do Patrimônio Canadense (MPC) e do Ministério do Transporte, da Infraestrutura e das Coletividades (MTIC).

O MPC possui o *Espaces culturels du Canada*, no qual o poder público federal pode contribuir sob forma de apoio financeiro em até 1/3 do custo das obras de infra-estrutura necessários à renovação e à construção de instalações em artes e patrimônio, além de até 40% de custos referentes à aquisição de equipamentos. Criado em 2001, desde então já investiu US\$ 148 milhões em mais de 500 projetos, dos quais cerca de US\$ 32 milhões (21% do total) foram destinados ao Quebec.

O MTIC oferece o programa *Infrastructure Canada* (PIC) desde 2000 como possibilidade para investimento em estabelecimentos culturais. Dos cerca de US\$ 2 bilhões do fundo, cerca de 20% foram destinados a investimentos nessa área. Em 2007, o MTIC também lançou outro programa, cujo fundo poderia ser destinado a projetos de infra-estrutura cultural, como o *Chantiers Canada*, com duração de sete anos e US\$ 33 bilhões de fundo. Há ainda um fundo destinado ao Quebec, o *FIMR3*, que diz respeito financiamento de até 66% dos custos de projetos ligados a construção, renovação e melhoramento de atividades comerciais, industriais, turísticas, culturais, patrimoniais, esportivas e ainda relativas ao aprimoramento das condições de vida dos cidadãos.

Como visto, há necessidades de parcerias combinadas entre as duas esferas e outros agentes, como municípios e/ou iniciativa privada para o sucesso do investimento em infra-estrutura de cultura. De qualquer forma, em termos de infra-estrutura cultural, o MCCCCF segue sendo o principal ator no financiamento, conforme atesta a tabela abaixo (TAB 4) referente ao ano passado (2007), quando o montante investido foi de US\$ 1, 247 milhão.

Tabela 4 – Atores do financiamento de equipamentos culturais no Quebec

MCCCF	46%
Prefeituras	21%
Federal	13%
Iniciativa privada	10%
Organizações	7%
Outros	3%

Fonte: *Des fondations pour réussir, Plan québécois des infrastructures, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec*, 2007, p.7. In: Daigle, Gauthier e Petitpas, 2008, p.11.

Há também no Canadá a possibilidade de parcerias público-privadas (PPPs) no setor cultural, sob os moldes clássicos do termo: o governo rateia parte dos custos de um empreendimento com a iniciativa privada, gerencia também parte da programação e da gestão cultural, mas se submete a um contrato longo – no caso canadense, acima de 30 anos – ao fim do qual o espaço cultural incorpora-se de vez ao patrimônio público. Só em 2006 o Quebec apresentou sua primeira PPP: uma nova sala no *Place des Arts* para a orquestra sinfônica de Montreal (US\$ 105 milhões, com capacidade para 200 coristas, 120 músicos e 1900 assentos). A iniciativa privada assume o local, gerenciado e programado pela direção do *Place* e pela Orquestra, por 40 anos, quando se incorporará ao *Place des Arts*.

Na área do incentivo cultural privado, a situação torna-se mais complicada. O relatório aponta que, no que tange às doações, por exemplo, dos 19 milhões de doadores em 2000 a organizações sem fins lucrativos, só 2,4% (451 mil) o fez junto a instituições culturais e/ou artísticas, o que equivaleu a 1% do montante financeiro (US\$ 47, 9 milhões). No mesmo ano, no Quebec, verificou-se que 1,6% da população (94 mil pessoas) eram doadores.

Dussault (1986) aponta como, desde o primeiro *Livro branco*, se percebe indubitavelmente que, das indústrias culturais e do patrimônio à criação, haja uma preocupação constante: a vontade de atribuir aos homens e às mulheres quebequenses o controle de sua cultura, o acesso de todos não somente aos bens culturais, mas também à sua criação, em uma “liberdade criativa” que deve ser favorecida pelo Estado. Situação, aliás, também recentemente assumida pelo Canadá, nas palavras de Sheila Copps, ministra do patrimônio canadense,

os canadenses adoram produtos estrangeiros. Mas eles também querem ter acesso à sua própria cultura. Sua escolha é que está em discussão aqui. E escolha significa liberdade para escolher. Como governo, nós nos sentimos obrigados a preservar um pedaço do espaço da prateleira para os trabalhos criativos de nossos cidadãos. Como vocês sabem, governos não fazem filmes, escrevem livros ou compõem músicas. O que os governos podem fazer, contudo, é encorajar, promover e facilitar a expressão cultural que nasça e que engendre a diversidade [tradução nossa] (Panam, 2001 apud Aoudia e Charest, 2004).

Assim, considerando a trajetória entre os dois países, podemos estabelecer alguns comentários, expostos a seguir.

5.3 Quinta proposição: Política e diversidade cultural brasileira e canadense e incubadoras artístico-culturais

Vimos neste capítulo como o governo brasileiro e canadense, apesar de se aproximarem historicamente em termos de evolução econômica e social na transição dos anos 1950 para 1960, seguem rumos distintos a partir da metade dessa década, em especial na comparação com o Quebec. De um lado, representantes de um novo perfil da sociedade civil quebequense ascendem ao governo da província, rompem com o modelo agrário-católico da “divisão lingüística do trabalho”, preponderante desde a transição do século XIX para o século XX, estimulam a presença no espaço público, através de uma política cultural, balizada pelas decisões dos fóruns multilaterais, mas também como forma de reafirmação da identidade e do nacionalismo do Quebec.

De outro lado, o Brasil, com o golpe militar, seguia na direção oposta: com o espaço público reduzido e a classe artística afastada, a política cultural caminhava sob o viés da criação de macro-estruturas institucionais de cultura que enfatizavam, sobretudo, diretrizes patrimoniais e sofreram o sensível afastamento da classe artística até momentos anteriores ao processo de redemocratização, na década de 1980.

Por essa época, o Quebec inicia a compilação de dados referentes às práticas culturais de seus habitantes, ao mesmo tempo em que a ONU também começa as discussões acerca da diversidade cultural com o Mondiacult. No Brasil, com o ministro Weffort consolida-se a construção de um mecanismo de aproximação entre as esferas econômica e política da cultura, a partir, por exemplo, de instrumentos de renúncia fiscal, que chegam, na atualidade da gestão Ferreira, a políticas mais propositivas de auto-gestão da sociedade civil, como os Pontos de Cultura, inspiradas na Convenção da Diversidade Cultural – que passa até a possuir pasta própria no ministério cultural brasileiro.

O Canadá, como signatário, defensor e parceiro do Brasil nos fóruns multilaterais sobre a Cultura na Unesco – em especial a partir dos fóruns estabelecidos no Quebec – segue observando uma dupla recorrência na política cultural quebequense: o valor da diversidade cultural, de um lado, que possibilita ao Quebec a sua situação como “sociedade distinta” na federação canadense e, de outro, a necessidade de coerência, coesão, integração, consenso e cultura de convergência. Argumento que, por sua vez, será também utilizado pelo Canadá para favorecer o multiculturalismo defendido pelo próprio país, diante dos movimentos separatistas do Quebec. Ou, como disse Jean Charest, primeiro-ministro quebequense, em 11 de maio de 2008, ao ser criticado por estar na Alemanha durante as festividades dos 400 anos de Quebec celebradas na França: “O Canadá não existirá sem o Quebec. Esta é a realidade que nos define, como povo e como nação”.

Assim, como proposições finais para a análise das incubadoras nos dois países, podemos apontar duas diretrizes importantes de verificação a partir do que foi discutido neste capítulo: a maneira como as políticas do Brasil e do Canadá trabalham a questão da incubação cultural e, nela, as inter-relações com a política cultural dos dois países, incluindo-se a verificação da ocorrência da diversidade cultural – principal instrumento que uniu os dois países no campo político da cultura.

6 INCUBADORAS CULTURAIS

Segundo Saviotti (2005), não há como pensar em incubadora sem considerar que algo esteja sendo gestado não só para o mercado, *mas também para a inovação*. Assim, as incubadoras emergem como um agente não só no campo da economia, mas também no campo da sociedade. Ao serem um centro catalisador das criações e anseios que pulsam o sistema de inovação, devem, ao mesmo tempo, reconhecer, inclusive para ultrapassar, as fronteiras e os limites impostos pelo mercado e pelo Estado. O autor salienta que as incubadoras criam situações institucionalmente híbridas, que devem buscar, assim, a combinação e não o predomínio de competências.

As considerações de Saviotti são cruciais para o entendimento do que caracteriza as incubadoras tradicionais, em especial no Brasil e no Canadá. Posteriormente, verificamos como algumas dessas características são aplicadas às incubadoras culturais, a partir de estudo que reúne as experiências dos EUA, para, no capítulo seguinte, destacarmos a experiência brasileira e canadense na questão.

Assim, este capítulo, dividido em três seções principais, apresenta, na primeira, conceitos e história das incubadoras de empresas de modo geral. Na seção seguinte, tais aspectos são detalhados nos contextos brasileiro e canadense. A terceira seção apresenta conceitos relacionados às incubadoras artístico-culturais, destacando o estado-da-arte dos EUA na questão.

6.1 Incubadoras de empresas: conceitos e experiências

Neto e Liberato (1999) defendem a correlação entre o setor produtivo, empresas incubadas de base tecnológica e centros de pesquisa. Lemos (1999) complementa como as pequenas empresas têm sido cruciais no processo de inovação. Delgado (1998), ao rever a literatura sobre o tema, reúne uma série de definições sobre incubadora:

- i) condomínio empresarial que abriga fisicamente os empreendedores por um determinado período e facilita a superação de barreiras administrativas, técnicas e mercadológicas;
- ii) espaço físico especialmente configurado para transformar idéias em produtos, processos ou serviços e
- iii) estruturas organizacionais, formadas através de parcerias, que promovem o desenvolvimento da micro e pequena empresa assim como desenvolvimento de projetos de inovação.

O nome incubadora foi adotado para “representar o processo de apoio a empresas nascentes, com a finalidade de assegurar maior chance de sucesso aos seus empreendimentos” (Delgado, 1988, p. 34). Sendo assim, uma incubadora tem a missão de “funcionar como empresa prestadora de serviços, que, através de parcerias e esforços compartilhados, disponibiliza competências, instalações e infra-estrutura administrativa e operacional à disposição das empresas abrigadas, criando um ambiente favorável ao surgimento e à consolidação de empreendimentos” (Medeiros apud Delgado, 1998, p. 34-35).

Definição semelhante é ainda dada por Carvalho (2000) ao dizer que uma incubadora de empresas é uma instituição que fornece instalações físicas, infra-estrutura e presta serviços especializados em condições acessíveis para novos empreendimentos, “propiciando-lhes melhores condições de funcionamento visando a redução do risco inicial do empreendimento. Através de parcerias e esforços compartilhados, (...) criando um ambiente propício (...) e proporcionando ainda a sinergia entre as próprias empresas” (Carvalho, 2000, p. 2 e 3).

Na mesma linha, a Associação Nacional de Incubadoras de Empresas, Parque e Pólos Tecnológicos da República Argentina (AIPyPT é a sigla em espanhol), criada em março de 1999, define incubadoras de empresas como sendo um espaço físico somado a um conjunto de serviços básicos compartilhados por várias empresas em formação, que conta com um grupo técnico-administrativo, que oferece “serviços empresariais, de acesso a instrumentos de promoção e fomento e que está estreitamente vinculada com uma área acadêmica ou de pesquisa e desenvolvimento que distribui serviços científico-tecnológicos especializados e é fonte de idéias inovadoras” (Rubinstein, 1999, p. 71). Rubinstein inclui exemplos de incubadoras artesanais, além de apontar como algumas das incubadoras foram instaladas em áreas de risco, com o objetivo de inclusão social ou também como apontamento de possibilidades para quem ficou desempregado (resultado da recente crise econômica argentina).

As incubadoras devem estar em sintonia com o contexto sócio-econômico local, o que envolve “adequar o projeto às particularidades locais e aproveitar a infra-estrutura e serviços já existentes na cidade e região. O empreendimento em uma cidade deve ser a expressão de um desejo comunitário, materializado no aporte de recursos por parte dos parceiros que se associam para apoiar o empreendimento” (Carvalho, 2000, p. 47). A autora lista alguns resultados esperados para instituições de apoio e para as empresas incubadas:

- i) aumento da taxa de sobrevivência das micro-empresas;
- ii) redução do volume de capital necessário para se montar uma empresa;

- iii) aumento da produção, renda e emprego, apoiando o desenvolvimento, local e regional;
- iv) aproveitamento de prédios desativados ou subutilizados;
- v) geração de produtos, processos e serviços decorrentes da adoção de novas tecnologias;
- vi) modernização das empresas através da adoção de novas posturas gerenciais e técnicas;
- vii) implantação de redes de novos negócios e utilização mais eficiente dos recursos de tecnologia dos sistemas de informação;
- viii) fortalecimento do espírito associativo por meio de ações compartilhadas entre as empresas e entre os parceiros;
- ix) aumento da interação entre as empresas e as instituições de ensino e pesquisa;
- x) redução dos custos gerais das empresas e otimização dos recursos aportados pelas instituições de apoio, devido ao uso mais intenso e compartilhado dos mesmos (Carvalho 2000, p. 48).

Carvalho reúne as seguintes categorias de empresas com potencial de candidatura:

- a) *empresa formada por pessoa física* – os demandantes devem ser tanto professores, pesquisadores, técnicos ou pessoas oriundas de empresas que desenvolveram um projeto e se propõem a abrir sua própria empresa. Nesse caso, há ainda a possibilidade da iniciativa partir de empregados de determinada empresa interessada em terceirizar determinado produto. Incluem-se, ainda, nessa categoria, as pessoas que, embora não dominem totalmente a técnica e o conhecimento formal, partem de uma idéia para um protótipo;
- b) *empresa formada por pessoa jurídica* – são empresas já constituídas (não necessariamente micro ou pequenas empresas), que se propõem a diversificar sua linha de produção em um ramo distinto da empresa geradora;
- c) *departamento de P & D de empresa, já constituído* – são empresas já constituídas que optam por desenvolver, ou mesmo diversificar, determinado produto ou processo, transferindo-se ou constituindo seu departamento de P & D para uma indústria tecnológica;
- d) *empresa já existente em outro local que se transfere para a incubadora* – incluem as empresas que geralmente ainda não se

consolidaram e que, de posse de uma idéia inovadora, desenvolvem um projeto e passam a usufruir da incubação, aliando a experiência já adquirida com o apoio técnico e infra-estrutura disponíveis (Alvarez apud Carvalho, 2000, p. 48 e 49).

O processo de seleção das empresas não é padronizado: a convocação pode acontecer ou não por forma de edital. Cabe aos conselhos e consultores definir os parâmetros, o período de permanência e as formas de reajuste dos custos. “O detalhamento do plano de negócios também muda de incubadora para incubadora, mas quase sempre há exigências sobre a tecnologia do produto, avaliação de mercado e previsão de receita e despesa” (Medeiros & Atas apud Carvalho, 2000, p. 49). Cabe lembrar também que a imagem de uma empresa incubada pode ser associada à imagem da incubadora, gerando uma projeção positiva para a visibilidade da empresa. No Brasil os seguintes critérios são adotados para seleção de empresas candidatas:

- i) projeto técnico e comercialmente viável (como demonstrado no plano de negócios da empresa);
- ii) qualificação, técnica e gerencial, do proponente;
- iii) conteúdo e impacto do produto, processo ou serviço na sociedade;
- iv) previsão de autonomia futura da empresa (fora da incubadora) e
- v) demonstração da adequação aos objetivos da incubadora e previsão de interação com as instituições que a apóiam (Carvalho, 2000, p. 50).

As fases de incubação mais comuns são as seguintes:

- i) *implantação* – legalização do empreendimento, acertos legais e administrativos, mudança, instalação e contratação do pessoal;
- ii) *crescimento* – alcance dos objetivos técnicos e financeiros, capitalização do empreendimento e aperfeiçoamento do produto;
- iii) *consolidação* – fortalecimento da empresa, visando à transferência para instalações próprias e definitivas;
- iv) *desincubação* – preparação final para transferência (ao invés de subsídios, a empresa passa a pagar sobretaxas sobre o espaço físico e os serviços utilizados na incubadora) (Carvalho, 2000, p. 50).

As primeiras iniciativas na área de incubação puderam ser observadas no período que se seguiu à Segunda Guerra Mundial, devido principalmente ao incentivo à pesquisa científica pelos setores de produção que buscavam o desenvolvimento de novas tecnologias. Gradativamente, como se verificou no capítulo 3, essa busca por recursos de P&D e inovação deixou de ser exclusiva dos setores de ponta e, mediada pelas TICs, atinge

também a estrutura de serviços tradicionais, possibilitando a transformação da informação em conhecimento e este, em aprendizado. Delgado (1998) estabelece um rápido panorama do desenvolvimento de iniciativas relacionadas às incubadoras de empresas nos seguintes países: Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Japão e França.

Nos Estados Unidos, desde 1985, as incubadoras têm uma importante associação nacional: a *National Business Incubation Association* (NBIA). Mas as primeiras experiências de base tecnológica surgiram nos EUA, nas regiões conhecidas como Vale do Silício e Rota 128. São locais que, além de possuir universidades e institutos de pesquisa, agregam fornecedores, fabricantes e laboratórios de máquinas, equipamentos e componentes de alta tecnologia. Tal cenário facilitou a transferência de conhecimento entre o setor acadêmico e o empresarial. Em 1950, a Universidade de Stanford criou um parque tecnológico para acolher as empresas nascidas nos seus laboratórios. Vinte anos depois o parque já abrigava 55 empresas gerando recursos para a universidade em forma de aluguéis e *royalties*. Várias razões contribuíram para o sucesso desses dois fenômenos estadunidenses:

- i) a relação entre o surgimento de empresas de alta tecnologia e a proximidade das grandes universidades e institutos de pesquisa – afinal as empresas são atraídas pela disponibilidade de pesquisadores, cientistas e engenheiros, buscam um estreito relacionamento entre os cérebros das universidades e os criadores de empresas e indústrias, que muitas vezes surgem a partir de idéias ou tecnologias geradas nos laboratórios dessas instituições;
- ii) a preferência, pelas empresas de alta tecnologia, em se instalar próximas aos seus clientes, fornecedores de componentes e concorrentes;
- iii) o capital de risco como uma importante condição para a criação de indústrias de alta tecnologia (Carvalho, 2000, p. 40).

A Inglaterra inspirou-se no modelo americano e também criou parques de ciência (*science parks*) próximos aos campi. Carvalho detalha esta experiência britânica:

- i) um espaço cobrindo uma área razoável de terreno, apesar da existência de restrições geográficas ao uso – em localizações próximas ou adjacentes a um elo educacional de pesquisa;
- ii) espaço que oferece um ambiente paisagístico atrativo, o que permite às empresas a projeção de uma imagem associada a esse ambiente;
- iii) inclui entre os primeiros prédios pequenas incubadoras (desenvolvidas em base especulativa para apoiar empresas em estágios iniciais de crescimento) ou unidades para amadurecer empresas (Carvalho, 2000, p. 42).

A Inglaterra também incentivou a criação de empresas através de um programa de formação de novos empreendedores e criação de pequenos centros empresariais (*small firm centers*), vinculados ao Departamento de Indústria e destinados a prestar consultoria àqueles interessados em criar sua própria indústria. Esse programa visava exatamente possibilitar, aos empresários, maiores chances de sucesso e sobrevivência em suas iniciativas empresariais (Delgado, 1998; Carvalho, 2003).

A experiência da Alemanha começa ainda na era da República Federal Alemã e foi o retrato de uma “cultura de empreendimentos” e de uma política intensa do governo em incentivar a criação de empresas de base tecnológica, através de subvenções e participação nos riscos das novas iniciativas. Destacaram-se duas: o país incentivou a proliferação de empresas de alta tecnologia através da *Berliner Innovations und Grundderzentrum* (BIG) e Ministério Federal da Pesquisa e Tecnologia (MFPT). A BIG assemelhava-se a uma “maternidade” de empresas, tendo como estratégia abrigar empresas recém-criadas e aproveitar infra-estruturas locais já existentes, que não estivessem sendo utilizadas. O MFPT, por sua vez, criou um programa que contava com orçamento de 100 milhões de marcos para incentivar a criação de empresas de tecnologia avançada. Teve início em 1983 e duração de quatro anos (Delgado, 1998; Carvalho, 2003).

O Japão, após a Segunda Guerra, estimulou o desenvolvimento científico e tecnológico através da integração das universidades, dos laboratórios de pesquisa públicos e privados e da indústria. Em 1980, o Ministério da Indústria e Comércio Internacional (Miti) criou três cidades tecnológicas, ampliadas para 19, nas quais deveriam existir um pólo industrial, um centro acadêmico e tecnológico e um conjunto habitacional para garantir o desenvolvimento das indústrias tecnológicas de ponta. A experiência pioneira foi a tecnópolis de Tsukuba (Delgado, 1998; Carvalho, 2003).

Na França, foi só a partir dos anos 1970, que o governo começou a demonstrar preocupação com os excessivos entraves fiscais e burocráticos para a implantação de novas empresas. A iniciativa ganhou velocidade a partir de 1976, com a crise das grandes indústrias, e se consolidou no governo de Jacques Mitterrand, que priorizou as microempresas (Delgado, 1998).

Percebe-se que, salvo no caso francês, as incubadoras de fato emergiam no cenário criado após a Segunda Guerra e, em todos os casos, elas são muito vinculadas à idéia de pólos tecnológicos de desenvolvimento, que gradativamente incorporam e estimulam pequenas empresas ligadas ao setor. Na próxima seção, destacamos a trajetória do movimento de incubação nos dois países estudados para que, em seguida, a discussão seja contextualizada nas peculiaridades das incubadoras artístico-culturais.

6.2 Incubadoras de empresas: conceitos e experiências no Brasil e Canadá

A primeira incubadora de empresa brasileira – e da América Latina – começou a funcionar no Parque Tecnológico de São Carlos (SP): a Fundação ParqTec, inaugurada em dezembro de 1984, com quatro empresas instaladas. Além de São Carlos, outras quatro cidades brasileiras abrigavam fundações tecnológicas: Campina Grande (PB), Manaus (AM), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS). 14 anos depois, o número nacional das incubadoras de base tecnológica chegava a 40. Segundo informa o Sebrae (2003), a finalidade era a de promover a transferência de tecnologia das universidades para o setor produtivo.

No caso brasileiro, o termo incubadora de empresas assume três acepções:

- a) Agente nuclear do processo de geração e consolidação de micro e pequenas empresas;
- b) Mecanismo que estimula a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas industriais ou de prestação de serviços, empresas de base tecnológica ou de manufaturas leves, por meio da formação complementar do empreendedor em seus aspectos técnicos e gerenciais;
- c) agente facilitador do processo de empresariamento e inovação tecnológica para micro e pequenas empresas (REDEINCUBAR, 2003).

De acordo com a RedeIncubar, instituição ligada à Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (Anprotec) que reúne as experiências de incubadoras no Brasil (foi criada dois anos após a NBIA, em 1987), as principais atribuições oferecidas por uma incubadora são:

- i) espaço físico construído ou adaptado para alojar temporariamente micro e pequenas empresas industriais ou de prestação de serviços;
- ii) ambiente flexível e encorajador;
- iii) assessoria para a gestão técnica e empresarial;
- iv) infra-estrutura e serviços compartilhados (salas de reunião, telefone, fax, acesso à Internet, suporte em informática);
- v) acesso a mecanismos de financiamento;
- vi) acesso a mercados e rede de relações e
- vii) processos de acompanhamento, avaliação e orientação (RedeIncubar, 2003).

No caso brasileiro, “as incubadoras de empresas têm-se tornado importantes instrumentos para a transferência do conhecimento científico e tecnológico” (Delgado, 1998, p. 41). Como a maioria dos empreendedores são pesquisadores acadêmicos, isso facilita o fluxo de informações entre universidade e empresas, permitindo que os interessados em desenvolver novos produtos ou processos se tornem empreendedores. É “desejável que uma incubadora seja gerida por uma fundação, sociedade civil ou empresa, e que evite os vícios das estruturas governamentais” e que “uma incubadora pode, com o tempo, obter autonomia financeira, e até dar lucro” (Delgado, 1998, p. 41 e 42). A autora cita pesquisa do Sebrae¹⁸, na qual “a incubadora é um espaço onde as empresas, com o suporte das instituições de ensino e pesquisas, transformam idéias em produtos”. (Sebrae apud Delgado, 1998, p. 42)

A experiência adquirida no Brasil tem mostrado que a permanência de empresas em uma incubadora deve variar de dois a três anos, período em que a formação dos empreendedores deve ser crucial. “O preparo técnico gerencial dos empresários e da equipe responsável pela gestão da incubadora deve ser uma preocupação constante (...) um bom gerente deve ser ao mesmo tempo executivo, líder, diplomata, comunicador e promotor dos princípios de inovação” (Delgado, 1998, p. 47). Outro tópico interessante para avaliar o bom desempenho de uma incubadora, uma vez que ela se configura como local que acelere a transformação de uma idéia para produto ou serviço viável, introduzido no mercado e viabilizado pela sobrevivência das empresas criadas em torno delas, o crucial para uma incubadora é ver suas empresas incubadas bem sucedidas:

A incubadora é um meio. Seu sucesso, como organização, está ligado à sua capacidade de criar e dar condições de sobrevivência às suas empresas graduadas, empresas que terminam seu período de incubação e estão operando no mercado. É possível ainda inferir que o indicador de sucesso de uma incubadora (...) é o índice de sobrevivência líquida de empresas graduadas: o número de empresas graduadas [bem sucedidas] subtraído do número de empresas graduadas que sucumbiram no mercado (LANARI, 2000).¹⁹

Conforme defendido pelo Sebrae (Sebrae, 2003) as incubadoras são mecanismos utilizados para promover e estimular a criação de micro e pequenas empresas. Contribuem para o desenvolvimento sócio-econômico, na medida em que são potencialmente capazes de induzir o surgimento de unidades produtivas que gerem grande parte da produção industrial e criem a maior parte dos postos de trabalho no país: dados do Sebrae também

¹⁸ SEBRAE-SP. *Projeto Ietec: incubadoras empresariais tecnológicas*. Sebrae. SP, mai, 1992. 31 p.

¹⁹ Segundo o Sebrae, as modalidades de incubadas são as seguintes: *Empresa pré-incubada* - período de tempo determinado, no qual o empreendedor poderá finalizar sua idéia, utilizando todos os serviços da Incubadora/Hotel de Projetos, para definição do empreendimento, estudo da viabilidade técnica, econômica e financeira ou elaboração do protótipo/processo necessários para o efetivo início do negócio. *Empresa Incubada* - empreendimento que está participando do processo de incubação (empresas residentes e associadas). *Empresa Graduada* - empreendimento que alcançou desenvolvimento suficiente e habilitou-se na incubadora, entrando no mercado e *Empresa Associada* - empreendimento incubado à distância. (SEBRAE, 2003)

mostram que as micro, pequenas e médias empresas constituem cerca de 98% das empresas existentes, empregam 60% da população economicamente ativa e geram 42% da renda produzida no setor industrial, contribuindo com 21% do Produto Interno Bruto - PIB (Sebrae 2003; Gazeta Mercantil, 2004).

Estatísticas de incubadoras americanas e européias também indicam que a taxa de mortalidade entre empresas que passam pelo processo de incubação é reduzida a 20%, contra 70% detectado entre empresas nascidas fora do ambiente de incubadora (Sebrae 2003; Gazeta Mercantil, 2004). O Sebrae aponta que essa taxa de mortalidade, no caso brasileiro, pode chegar a 80%, se consideradas empresas que nasceram fora do ambiente de incubadora – mesma taxa apresentada pela *Canadian Association Business Incubation* (CABI) instituição criada em 1994 para agregar as experiências de incubação canadense – mas para um período de incubação, contudo, que poderia chegar a cinco anos.

O Sebrae começa a apoiar ações de implantação, desenvolvimento e fortalecimento de incubadoras de empresas a partir de 1991, utilizando os produtos normalmente disponíveis tais como: treinamento gerencial, participação em feiras, rodas de negócios, programas de qualidade, missões técnicas, dentre outros. A partir de 1998, o apoio passou a ser também via edital, além da parceria com a Anprotec (Castilho, 2003). Avançando para o campo das tipologias, o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e o Núcleo Regional da Bahia apontam que existem cinco tipos de incubadoras de empresas:

1) *corporativas* – implantadas geralmente em setores de ponta, objetivando seu desenvolvimento e rentabilidade;

2) *públicas* – visam ao desenvolvimento econômico de uma região ou áreas urbanas, não visando ao lucro e operando com fundos públicos. Encontram-se localizadas em prédios renovados e adaptados, tais como escolas, garagens e são de propriedade do município;

3) *mistas ou híbridas* – constituídas a partir da colaboração entre empreendimentos privados e organismos públicos. Contam com fundos de programas existentes ou programas especiais de estímulo ao desenvolvimento. Constituem o tipo de incubadora mais conhecido;

4) *privadas* – surgem principalmente em cidades que oferecem condições favoráveis e melhores oportunidades aos novos empreendimentos e

5) *universitárias* – consideradas o tipo de incubadora mais importante, devido à sua capacidade de gerar e transferir conhecimentos e de provocar transformações vitais em determinadas realidades. Sua função principal tem sido a transferência de resultados da pesquisa científica para aplicações em tecnologia industrial, caracterizando-se como o instrumento mais apropriado, capaz de tornar efetiva a “transferência de tecnologia”, colocando-a à disposição do mercado e das empresas (Carvalho, 2000, p. 43 e 44).

Em 2001, o terceiro edital produzido pelo Sebrae trouxe 114 projetos apoiados da maioria das Unidades da Federação e, em 2002, 237 projetos apoiados em 99% de todo o Território Nacional. Em 2003 existiam no Brasil mais de 1.100 empresas incubadas instaladas em cerca de 150 incubadoras, em sua grande maioria empresas de base tecnológica (EBTs), vinculadas a ambientes de universidades ou de institutos tecnológicos. (Sebrae, 2003). Em 2004, o número de incubadoras ampliou para 283 em plena operação no Brasil, das quais 72% mantêm algum tipo de vínculo universitário. Em 2006, existiam 359 incubadoras espalhadas pelo país com registro na Anprotec. Boa parte desses números podem ser verificados nas tabelas seguintes (TAB 5 e 6)

Tabela 5 – Número de incubadoras por região no Brasil – últimos três anos

Região	2004	2005	2006
Norte	09	14	14
Nordeste	37	56	63
Centro-Oeste	22	26	28
Sul	123	123	127
Sudeste	92	120	127
TOTAL	283	339	359

Fonte: *Panorama Anprotec 2004*, p. 3 e 2005, p. 4 e *Panorama-Gráficos 2006*, p. 2.

Tabela 6 – Tipo de incubadoras no Brasil

Tipo	% em 2004*	% em 2005**
Tecnológica	55	40
Tradicional	19	18
Mista	18	23
Cooperativas****	4	7
Cultural	2	3
Agroindustrial	1	5
Social	1	4

Fonte: *Panoramas Anprotec: 2004* (p.4) e *2005* (p. 6).

* Universo: 283 incubadoras; base da pesquisa: 137 incubadoras;

** Universo: 339 incubadoras; base da pesquisa: 297 incubadoras;

***O termo Cooperativas foi substituído por Serviços nos ano de 2005.

No Canadá, o primeiro estudo mais amplo sobre a situação da incubação de empresas naquele país só foi publicado há dois anos (Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 8), num trabalho que envolveu, dentre outros, a CABI e o *Statistique Canada* (instituto estatístico canadense). Foram detectadas 94 incubadoras de empresas, das quais 83 responderam a um amplo questionário. Em que pese algumas desproporções numéricas, a questão da incubação no Canadá se aproxima em muitos aspectos conceituais com a brasileira, a começar por partir do viés tecnológico e defende que

uma incubadora tem como principais objetivos, notadamente, suscitar ou acelerar o crescimento de uma empresa, criando empregos junto à economia local e comercializando as tecnologias. Para este fim, ela oferece, entre outros, serviços de apoio e gestão em negócios, infra-estrutura e apoio técnico, serviços de relacionamento e de formação, acesso ao financiamento e apoio de conselhos jurídicos que visam assegurar a regulamentação e a gestão de um produto ou de um serviço visando sua comercialização. A ajuda fundamental em negócios, marketing, contabilidade ou gestão financeira e oferece contatos com os investidores providenciais ou de capital de risco, acompanhados de um serviço de base como os de um escritório, laboratórios e acesso a uma biblioteca (Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p.6).

A distribuição das incubadoras canadenses (apresentadas em apenas dois tipos) de acordo com a região é a seguinte:

Tabela 7 – Número e tipo de incubadoras por região no Canadá (2005)

Região	Serviço de incubação de empresas (principalmente)	Serviço de incubação de tecnologias (principalmente)	Total
Atlântico	14	1	15
Quebec	13	2	15
Ontário	21	3	24
Prairies	13	2	15
Columbia Britânica e Territórios	12	2	14
TOTAL	73	10	83

Fonte: Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 8.

Essas 83 incubadoras de empresas em atividade obtiveram uma renda total que ultrapassava CDN\$ 45 milhões [39,2% dessa quantia financiada pelas esferas públicas: federal (22,6%); estadual (12,6%) e municipal (4%)]. As empresas incubadas, em torno de 900, obtiveram lucros superiores a CDN\$ 93 milhões e geraram mais de 13 mil empregos (em horários integrais ou parciais).

No caso brasileiro, em 2004, o número de empregos gerados entre as 5.061 empresas (entre graduadas, associadas e incubadas) foi de 27.229 (Anprotec, 2005, p. 14), subindo para 28.449 em 2005 (Anprotec, 2006, p. 8). Apesar da resistência ao tentar obter dados referentes a algumas empresas, o *Panorama Anprotec 2005* aponta que o faturamento das incubadas girou em torno de R\$ 320 milhões – tanto o faturamento em 2004, quanto a previsão para 2005. No caso das empresas que já se tornaram graduadas, o faturamento global, daquelas que responderam, variou de R\$ 1,2 bilhão em 2004 para R\$ 1,5 bilhão em 2005 (Anprotec, 2006, p. 09).

Mantendo-se a tendência observada desde o *Panorama 2004*, as incubadoras estão, cada vez mais, buscando uma independência financeira. Assim, 17% delas cobrem pelo menos 31% dos custos operacionais com recursos próprios. Apesar disso, existe ainda uma grande dependência das entidades gestoras, as quais bancam mais de 31% dos custos operacionais para 62% das incubadoras. Esses números ressaltam a importância, para o movimento de incubadoras, de entidades como o Sebrae (54% das incubadoras receberam em 2005 recursos para a cobertura de mais de 31% de seus custos operacionais), a Finep (19% das incubadoras tiveram mais de 31% de seus custos operacionais cobertos com recursos dessa entidade em 2005) e o CNPq (custeio, em 2005, de 31% dos custos operacionais de 5% das incubadoras) (Anprotec, 2006, p. 7).

Do universo das 83 incubadoras canadenses pesquisadas, 77 declararam já ter empresas incubadas. As seis restantes, apesar de serem ativas, ainda não tinham incubado nenhuma empresa e se preparavam para receber seus primeiros grupos. Das 77 empresas

que propuseram serviços de incubação, 55 (71%) disseram oferecer seu local aos clientes. As 22 restantes se consideraram como “incubadoras virtuais”, ou seja, oferecem os serviços, mas não infra-estrutura local de escritório ou laboratório.

A pesquisa também mostra que, em seu conjunto, as incubadoras canadenses e suas incubadas atenderam a 4.502 clientes em 2005 (TAB 8), metade deles divididos em duas categorias: “artes, espetáculos, lazer; hospedagem e serviços de restauração” e “serviços profissionais, científicos e técnicos” (Joseph, Bordt e Hamdani, 2005, p. 13).

Tabela 8- Número de empresas clientes atuais por setor industrial (2005)

Setor industrial	Número	%
Artes, espetáculos, lazer, hospedagem e serviços de restauração	1123	24,9
Serviços profissionais, científicos e técnicos	1119	24,9
Outros serviços (exceto administração pública)	416	9,2
Comércio de atacado e varejo; transporte e estocagem	368	8,2
Fabricação	289	6,4
Desconhecido	285	6,3
Serviços de saúde, ensino e assistência social	236	5,2
Extração mineral e extração de petróleo e gás; serviços públicos; construção	227	5,0
Agricultura, exploração florestal, pesca e caça	207	4,6
Serviços administrativos, de apoio, de gestão de dejetos, de recuperação ambiental	121	2,7
Indústria de informação e indústria cultural	65	1,4
Administração pública	25	0,5
Finanças, seguros, serviços imobiliários, de locação e de gestão de empresas	21	0,5
TOTAL	4502	100

Fonte: Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 13

Mas, para voltar a uma tentativa de comparação mais conceitual entre as experiências de incubação brasileira e canadense, as TAB 9, 10, 11, 12, 13 e 14 a seguir

- i) papel e objetivos que deve ter uma incubadora (por escala de importância);
- ii) critérios para seleção de candidatos e
- iii) natureza jurídica das incubadoras.

Através das tabelas, percebemos, por exemplo, como os canadenses priorizam a incubadora como geradora de emprego, enquanto a amostragem brasileira enaltece o incentivo ao empreendedorismo (empregos aparecem como terceiro item).

A preocupação local, contudo, ocupa o segundo lugar em ambos e, no caso brasileiro, assume ainda o terceiro lugar como critério de avaliação. Nesse quesito, ambos voltam suas

atenções para o exame do plano de negócios e a viabilidade financeira da candidata junto à incubadora (em sua ampla maioria, tanto no Canadá, como no Brasil, formada por empresas sem fins lucrativos).

Tabela 9 – Papel e objetivos de uma incubadora por escala de importância – Canadá

Objetivos	Número de respostas
Criar empregos junto à comunidade local	53
Suscitar ou acelerar o crescimento de uma indústria local	35
Comercializar tecnologias	33
Diversificar as economias locais	30
Favorecer um espírito empreendedor junto à comunidade	29
Fazer com que as empresas fiquem na comunidade	22
Determinar ocasiões de negócios da ou para a empresa	12
Produzir vantagens complementares para o organismo parceiro ou padrinho (por exemplo, a possibilidade de pesquisas conjuntas)	10
Produzir um lucro líquido para a incubadora ou investidores	6
Criar parcerias internacionais	4
Outro	3
Encorajar o empreendedorismo junto a minorias ou mulheres	2
Revitalizar uma área desvalorizada	0
Permitir que as pessoas passem de uma ajuda social ao mercado de trabalho	0

Fonte: Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 12.

Tabela 10 - Papel e objetivos de uma incubadora por escala de importância - Brasil

Objetivos	Muito Importante (em %)	Importante (em %)
Incentivo ao empreendedorismo	92	8
Desenvolvimento econômico	86	14
Geração de empregos	70	27
Desenvolvimento tecnológico	74	23
Transferência de tecnologia	54	36
Lucro para a incubadora	5	44

Fonte: *Panorama Anprotec 2004* (p.8). Universo: 283 incubadoras; base da pesquisa: 137 incubadoras

Tabela 11 – Principais critérios para seleção de candidatas – incubadoras canadenses

Critério	Frequência de aplicação
Um bom plano de negócios	62
Uma competente equipe de gestão	46
Uma boa oportunidade de negócio	46
A possibilidade de transferência ou comercialização da tecnologia	35
A disponibilidade de financiamento	32
Uma ocasião para fazer pesquisas conjuntas	29
Outra	26
A empresa convidada vem de uma organização participante	10
Um protótipo funcional	4
Um candidato estrangeiro recomendado por seu país	1

Fonte: Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 12.

Tabela 12 – Principais critérios para seleção de candidatos – incubadoras brasileiras

Critério	Frequência de aplicação
Viabilidade econômica	98
Perfil dos empreendedores	97
Possibilidade de contribuição com desenvolvimento local ou setorial	88
Aplicação de novas tecnologias	76
Possibilidades de interação com universidades/centros de pesquisa	60
Potencial para rápido crescimento	51
Número de empregos criados	48
Outros	18

Fonte: *Panorama Anprotec 2005*, p. 9. (pesquisa com 220 incubadoras; universo de 339)

Tabela 13 – Natureza jurídica das incubadoras - Canadá

Tipo de filiação	%
Empresa sem fins lucrativos constituída em sociedade	54
Parte de um ministério, organismo federal, provincial ou de um serviço de organismo municipal	16
Parte de uma universidade ou de uma faculdade	12
Outra	8,4
Empresa privada com fins lucrativos constituída em sociedade	7,2
Parte de uma grande empresa com fins lucrativos constituída em sociedade	2,4

Fonte: Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 10.

Tabela 14 – Natureza jurídica das incubadoras - Brasil

Tipo de filiação	%
Privada, sem fins lucrativos	66%
Privada, com fins lucrativos	3%
Pública Federal	11%
Pública Estadual	7%
Pública Municipal	11%
Outros	3%

Fonte: *Panorama Anprotec 2005*, p. 5 (pesquisa com 235 incubadoras para um universo de 339)

A partir de três estudos acerca das dificuldades encontradas pelas empresas incubadas durante o processo de incubação, Carvalho apresenta as seguintes:

- i) escassez de recursos financeiros;
- ii) aquisição de equipamentos;
- iii) obtenção dos componentes ou de matéria-prima;
- iv) introdução dos primeiros produtos no mercado;
- v) obtenção de competências gerenciais;
- vi) desconhecimento do perfil da clientela;
- vii) desconhecimento da viabilidade de produzir em escala industrial;
- viii) localização para instalação de empresas;
- ix) atendimento às exigências formais e legais;

- x) busca de sócios complementares;
- xi) desconhecimento do potencial de mercado;
- xii) contratação de pessoal qualificado no nível exigido pela empresa e pelo mercado;
- xiii) acesso à instituição de pesquisa para desenvolver ou testar o seu protótipo;
- xiv) obtenção de tecnologia e
- xv) desconhecimento dos concorrentes (Carvalho, 2000, p. 51-54, *passim*).

Dificuldades que ainda podem incluir o *desempenho, serviços especializados, infraestrutura, apoio financeiro e outros*. As incubadoras brasileiras podem não apresentar bom desempenho, ao serem constituídas sem que haja levantamentos prévios que apontem condições favoráveis para sua existência. Os *serviços especializados*, apesar de se constituírem os principais motivos de interesse das empresas incubadas pelas incubadoras, são tidos como precários ou não disponíveis, pois privilegiam a divulgação de cursos de formação e deixam de lado setores críticos e estratégicos para o funcionamento das empresas incubadas, tais como: assessorias jurídica, contábil, financeira, *marketing* e gerencial.

Na *infra-estrutura*, compilam-se várias reclamações quanto à insuficiência de número de linhas telefônicas, computadores, laboratórios, oficinas especializadas (como mecânica e eletroeletrônica), equipamentos e bibliotecas técnicas e de maior área física para o desenvolvimento das atividades empresariais. No *apoio financeiro*, sabe-se que a falta de recursos financeiros é um problema crônico das incubadoras e das empresas nelas instaladas. Enquanto em outros países há facilidades de acesso a linhas de financiamento, especialmente criadas para as micro e pequenas empresas, não parece ser esse o caso do Brasil. De todas as pré-condições financeiras necessárias para o surgimento das incubadoras, o capital de risco – como mencionamos no capítulo 3 – é a menos presente.

Por fim, há uma série de *outros problemas* ligados à freqüência ou fragilidade dos elos entre incubadora e os outros agentes do processo de inovação. Apesar de bem fundamentados, os planos que respaldam a iniciativa representam, em alguns casos, meras declarações formais de princípios. Na prática, não se realizam as interações previstas. Agregam-se outros problemas, como o preconceito do mercado por ser uma empresa incubada; dificuldades no relacionamento com a instituição acadêmica; espaço físico reduzido/infra-estrutura insuficiente; distância do centro comercial e dos clientes; falta de privacidade e poluição em área próxima (Lemos, 1999).

No caso canadense, a maioria das 83 incubadoras pesquisadas respondeu genericamente que, como obstáculos ao sucesso e à exploração da incubadora estão a necessidade de descoberta de candidatos apropriados (65%); candidatos que não dispõem

de capital inicial (65%) e a obtenção de fundos pela incubadora (63%) (Joseph, Bordt e Hamdani, 2006). Contudo, e mesmo apresentando números modestos de incubação “em um setor ainda pouco conhecido em nosso meio de negócios”, a pesquisa enfatiza como a demanda pela incubação de serviços supera a oferta naquele país (Joseph, Bordt e Hamdani, 2006, p. 16).

Os conceitos e experiências relacionados, de modo genérico, às incubadoras, exercerão obviamente uma forte influência nas concepções de incubadoras artístico-culturais desenvolvidas por este trabalho e, em especial, na questão da incubação artística. É o cenário que detalharemos a seguir.

6.3 Incubadoras artístico-culturais: conceitos e experiências

Incorporada recentemente à tipologia das incubadoras, a acepção de “cultural” reúne, no caso brasileiro, por exemplo, três definições oficiais, a princípio distintas, mas com vários pontos comuns entre si: i) *incubadora cultural* – organização que abriga empreendimentos na área da cultura, com vistas a promover o processo de empresariamento de produtos e serviços culturais; ii) *incubadora de artes* – organização que objetiva apoiar pessoas criativas e empreendedoras que pretendam desenvolver negócio inovador na área de artes e iii) *incubadora de empresas culturais* – incubadoras de empresas que tenham a arte e a cultura como valores agregados aos seus produtos. Essas incubadoras desenvolvem negócios relacionados à arte e à cultura regionais, gerando trabalho e renda alternativas (Sebrae, 2003; RedeIncubar, 2003).

Mas, partindo das considerações de Zardo (2005), esclarece-se que “uma incubadora de artes geralmente tem o foco na produção *artística como fim*. Ela apóia exclusivamente atividades e empreendedores que criem produtos artísticos inéditos, destinados à fruição pelo público” . Por outro lado, uma incubadora cultural atua em um leque mais amplo e,

além de incubar empreendimentos como estes, trabalha com iniciativas que utilizem a *cultura como meio*. Ou seja, atividades ligadas à educação, ao turismo, à memória de um local ou uma população ou ao desenvolvimento social. Há ainda, as incubadoras que se dedicam exclusivamente a determinados setores dentro do campo semântico da cultura, tais como incubadoras de design, incubadoras de artesanato, incubadoras de indústria criativa ou incubadoras de patrimônio cultural (ZARDO e FERNANDES, 2005, p. 35, 36, grifo nosso).

Por isso preferimos pesquisar incubadoras artístico-culturais, ressaltando os casos de incubação artística quando detectados. Zardo e Fernandes (2005), a partir do cenário descrito nas seções anteriores deste capítulo, listam uma série de concordâncias e discordâncias características da contextualização daqueles conceitos e experiências gerais

de incubação em vários casos de incubadoras artístico-culturais existentes no mundo.

Dentre as *concordâncias* detectadas pelas autoras estão:

- i) a maioria é formada por instituições sem fins lucrativos, vinculadas a universidades, ONGs, grupos comunitários que apóiam, na maioria dos casos, empresas sem fins lucrativos;
- ii) apresentam-se como espaço para apoio e formação de iniciativas empreendedoras na área cultural;
- iii) contribuem para o desenvolvimento econômico e cultural de uma região;
- iv) compartilham recursos;
- v) existem espaços de interlocução entre empreendimentos nascentes e já renomados;
- vi) existe presença de infra-estrutura (auditórios, salas, bibliotecas, espaço para eventos), mesmo para aquelas de caso virtual (salas), além de assistência a área financeira, captação de recursos e marketing;
- vii) a equipe da incubadora se dedica integralmente, ainda que formada por voluntários;
- viii) tempo médio de incubação é de três anos, embora varie de acordo com o próprio negócio e dependa do alcance da auto-sustentabilidade;
- ix) critérios para graduação negociados entre incubadora e empreendedor.

Dentre as *discordâncias* detectadas pelas autoras estão:

- i) a preferência pelo modelo virtual ao 'real' implica que, no primeiro caso, não haja apoio a facilitadores como copiadora, fax, scanner, office-boy, secretaria, limpeza, segurança etc. E, no segundo caso, em alguns exemplos, incluem-se estúdios de gravação de som e vídeo, galerias, salas para ensaio etc;
- ii) incubadoras vão além da gestão dos negócios e incluem desenvolvimento e comercialização do produto final, inclusive com assessoria técnica (da própria equipe ou terceirizada – consultores, mentores). Apoio que será mais comum nos empreendimentos ligados às indústrias culturais. “Quando a incubadora se propõe a atender a diversos setores culturais, uma assessoria específica só é viabilizada através da contratação de consultores ou de um programa de mentoriação, pois arcar com o custo fixo de apoio técnico para diversos setores seria muito dispendioso para a instituição” (Zardo e Fernandes, 2005, p.38);
- iii) Em algumas incubadoras o foco da atuação é totalmente voltado para o artista, como na incubadora de New Orleans que trabalha ‘com auto-

- promoção e propriedade intelectual'. Promove, por exemplo, aulas de atuação, literatura e artes visuais (Zardo e Fernandes, 2005, p.38);
- iv) O perfil de empreendimentos sem fins lucrativos inclui até grupos e indivíduos autônomos. “Há incubadoras que priorizam o atendimento a novas organizações em fase de crescimento (com qualquer idade, mas carentes de um processo sistematizado de desenvolvimento). Outras preferem dar prioridade a empreendimentos que ainda não conseguiram atingir o estágio da auto-sustentabilidade” (Zardo e Fernandes, 2005, p.38);
 - v) Pagamentos e financiamentos diferem no que tange ao pagamento pelo espaço físico e pelos serviços prestados pela incubadora (taxa gratuita para atender ao empreendedor sem condições ou taxas fixas que, em alguns casos, aumentam com o passar do tempo – contribuindo com a incubadora e assumindo gastos que terá que arcar futuramente),
 - vi) Exigência de faturamento e desempenho econômico das empresas incubadas (algumas incubadoras condicionam o apoio à incubada mediante o cumprimento de limites máximos e mínimos de faturamento anual),
 - vii) Viabilização financeira da própria incubadora.

Zardo e Fernandes lembram que a maioria dos programas das incubadoras artístico-culturais é formada por parcerias público-privadas, nas quais o suporte financeiro inicial é dado pelo governo, investimento que se justifica porque pequenas empresas são “significativas fontes de emprego, geração de renda e diversificação econômica e representam uma parcela significativa da arrecadação tributária do Estado. Assim, em última instância, financiar uma incubadora é financiar a inovação e o desenvolvimento” (Zardo e Fernandes, 2005, p. 39).

Muitas incubadoras artístico-culturais obtêm apoio de fundações e iniciativa privada nos EUA, enquanto na Europa ele advém mais dos governos nacionais. Tal apoio é necessário, pois uma incubadora leva um tempo médio de dez anos para atingir sua auto-sustentação (Zardo e Fernandes, 2005). A intermitência, detectada no caso brasileiro, dificulta novos empreendimentos. Instalada em um centro de pesquisa ou reflexão, como universidade, conta com um ativo muito importante proveniente dos pesquisadores e professores da instituição para minimizar suas dificuldades.

Cinco recomendações e nove dificuldades são apresentadas para uma incubadora nessa área (Zardo e Korman, 2005; Zardo e Dib, 2005). As cinco recomendações são as seguintes:

i) *Re-significar a noção de fracasso e ampliar o entendimento das possibilidades de trajetórias profissionais.* Deve-se trocar o foco do objeto para o do sujeito do negócio e evitar

uma atenção exagerada atribuída ao plano de negócio formulado pelo empreendedor (foco no objeto), impedindo que qualquer erro ou fracasso seja recebido como ponto final de um empreendimento;

ii) *Disponibilizar ferramentas para a concretização e reconhecimento de novos negócios.* É necessário estudar cada segmento do mercado cultural, promovendo ações que facilitem o entendimento de suas lógicas tanto pelos empreendedores quanto pela equipe gestora;

iii) *Propiciar a aproximação entre a formação de empreendedores e as empresas.* Disciplinas que lidam com o empreendedor cultural devem ser conduzidas de maneira participativa, apoiadas em fundamentação teórica e vivencial.

iv) *Viabilizar o processo de orientação contínua dos empreendedores.* Fazer com que os empreendedores que obtiveram sucesso e ingressaram na incubadora tenham novas ofertas de capacitação.

v) *Focar no desenvolvimento humano e não somente na estratégia de criação de empresa.* No processo de formação convém explorar mais a mudança de comportamento em relação a *conhecimentos, experimentações, aptidões, atitudes e personalidade* do que apenas a preocupação em sofisticar um instrumento (Zardo e Dib, 2005, p. 9 e 10, passim).

As dificuldades mais características do empreendedor artístico-cultural, detectadas por Zardo e Korman (2005) remetem a alguns dos aspectos estipulados por Abbing, Benhamou e Seaman no capítulo 4 (como a dupla ocupação artística) e são as seguintes:

- i) *Dificuldade de pensar objetivamente sistemas e processos* (encadeamento de ações). Em outras incubadoras, o objetivo está relacionado na própria empresa (meta de faturamento ou funcionários). Na cultural, as intenções do empreendedor têm um ideal maior. Atingi-lo não depende só dele e muitas vezes ele não tem claros os primeiros passos necessários para o alcance de seus objetivos;
- ii) *Resistência à idéia de planejamento*, vinculado, por muitos, à idéia de prisão;
- iii) *Crença em uma força interventora*, ligada à cômoda dependência de financiamentos públicos ou patrocínios privados. Falta atender às necessidades e anseios do cliente. Adaptar um projeto, muitas vezes soa como ofensa pessoal à criatividade e expressão desse empreendedor.
- iv) *Dificuldade em definir concorrentes*, pois julgam que, produtos artísticos, vinculados a visões de mundo particulares, tornam o produto único. Esquecem-se dos demais produtos culturais (exposições, teatro, shows) ou substitutos indiretos (restaurantes, shopping, praia) que disputam o gasto com o tempo livre/lazer;

- v) *Relação ambivalente com a idéia de arte associada ao dinheiro*, dificuldade comum ao atribuir valor a um trabalho ou adaptá-lo para fins de venda. Mas, ao contrário, o valor pode ser um código de reconhecimento;
- vi) *Relação de intensidade e emoção com a “alma” do negócio*. Motivação permanente, vinculada a uma causa, gera emoção na relação com o trabalho, quase próxima ao prazer. Com isso, o negócio acompanha as flutuações de envolvimento dos gestores: ao mesmo tempo em que haja resistência impressionante à frustração, há vulnerabilidade;
- vii) *Negócio cultural como segunda atividade*. Muitos empreendedores têm empregos fixos em outras áreas, mas o desejo de trabalhar com cultura faz com que invistam em ‘segunda jornada’, dedicando à ela horas livres, finais de semana e tempo com família e do próprio lazer. O trabalho seguro garante rendimento e subsistência e faz com que o empreendimento cultural fique em segundo lugar.
- viii) *Relação exclusiva com a parte técnica do negócio*, à qual o empreendedor cultural é mais fixado (fazer artístico, formas de expressão e criação). Lida com aspectos gerenciais porque não vê outra forma de tocar seu negócio. Assim, torna-se de idealizador a realizador, mas, geralmente, sem planejar, ordenar e dividir tarefas. Como consequência: poucas vezes consegue gerenciar mais que um projeto;
- ix) *Dificuldade de dissociar-se do produto de seu trabalho*, especialmente quando o empreendedor é o próprio artista, confunde-se com sua arte, dificultando as adaptações ou críticas apontadas – interpretadas como direcionadas não só ao produto, mas ao próprio artista (Zardo e Korman, 2005, p. 45-48, passim).

Tais recomendações e dificuldades na transposição do modelo tradicional de incubação ao setor cultural serão complementadas, na próxima seção, com um estudo que relata as experiências das incubadoras artístico-culturais nos Estados Unidos. Esse estudo trata do estado-da-arte desse tipo de incubação naquele país e teve o apoio da NBIA e será elemento de análise para o exame dos casos brasileiro e quebequense, apresentados em seqüência.

6.3.1 Incubadoras artístico-culturais: a experiência dos EUA

Em 1994 foi criada nos EUA a *Arts Incubator Alliance* (AIA) reunindo diferentes incubadoras artístico-culturais daquele país: *Entergy Arts Business Center*, o EABC (Nova Orleans), *Arts Bridge* (Chicago), *San Jose Arts Incubator*, o SJAÍ (São José), *Arts Development Center of MetroArts* (Harrisburg), *ArtServe* (Fort Lauderdale) e *Management Assistance and Organizational Development Enterprise*, o Mode (Houston), vinculadas à NBIA. Um estado-da-arte dessas experiências de incubação artístico-culturais nos EUA foi reunido por Gerl, Millerupton e Erlewise (2000).

A experiência estadunidense retratada nesse estudo destaca sete pontos relevantes para a incubação artístico-cultural: *atendimento aos clientes, aspectos facilitadores, promoção financeira da incubadora, marketing, avaliação dos clientes, operações gerais e recursos humanos*. No caso dos EUA, esse tipo de incubadora deve operar sem fins lucrativos. Para serem incubadas, tais empresas devem obter o certificado dos EUA que ateste a situação: o 503-c-3. Eventualmente, também podem abrigar artistas individuais.

Nos EUA, o conceito de incubadoras de empresas artísticas teve início em 1987, em Chicago, a partir de uma empresa de consultoria que tinha como clientes grupos artísticos emergentes e um pequeno núcleo de profissionais ligados à área da administração artística. Nesse cenário, o objetivo principal das incubadoras de arte foi permitir que artistas pudessem exercer e obter renda com seu ofício, além de fazê-lo para um público cada vez maior, contribuindo com a economia, criando empregos, expandindo o turismo e tornando-se parte integrante da comunidade em que atue (Burns in Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 2). Atuar em incubadoras de empresas artísticas significava “que os artistas e organizações afiliadas são aptas para deixar seus empregos comuns porque merecem uma saudável vida artística” (Burns in Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 3).

O estudo destaca ainda três questões importantes na construção de um diagnóstico sobre incubadoras artístico-culturais:

- i) *natureza*: se a incubadora abriga empreendimentos artístico-culturais individuais ou coletivos;
- ii) *gênero*: se a incubadora abriga empreendimentos artístico-culturais em uma área específica (artes cênicas, por exemplo) ou se estenderá aos demais campos (cinema, literatura, publicações etc.) e
- iii) *estágio*: se a incubadora abriga empreendimentos culturais incipientes (risco de despender excessivo tempo com informações primárias), médios (risco de ansiedade no empreendimento) ou estabelecidos (risco de preguiça, lentidão ou desinteresse).

Compreender esses níveis e a preocupação existente em cada um deles nos parece ser importante para igualmente entender o papel de uma incubadora artístico-cultural – instituição que deve ainda considerar os seguintes objetivos: i) oferecer um ofício rentoso e de pleno exercício econômico e artístico; ii) aumentar o público dos artistas incubados e, com isso, gerar renda, emprego e promover o turismo cultural e iii) contribuir para o desenvolvimento da comunidade em que atua. As incubadoras, aliás, seguem o modelo padrão adotado nas outras modalidades e devem, preferencialmente, estar conectadas a conselhos de arte, museus, bibliotecas, universidades, centros de pesquisa artística etc.

O estudo se coaduna com o que foi verificado em outras análises, brasileiras inclusive, sobre incubadoras tecnológicas, que apontam os benefícios do *marketing* e do *plano de negócios* como sendo duas das contribuições mais importantes oferecidas pelas incubadoras junto às empresas incubadas. Mas o trabalho de Gerl, Millerupton e Erlewise (2000) vai apresentar uma abordagem bem diversificada de *marketing*, entendido como a capacidade que o artista ou grupo artístico, através da incubadora, pode desenvolver a partir de maior conhecimento do mercado de seu produto cultural.

O plano de negócios será entendido como planejamento financeiro, que incluirá detalhes sobre o orçamento e a estrutura organizacional do artista e/ou grupo, permitindo a estabilização e a profissionalização contábil da empresa – condição *sine qua non* para seu aceitação e desenvolvimento. Aliás, no caso estadunidense, é necessário que a incubadora se apresente como sendo uma empresa sem fins lucrativos, com documentação atestada pelo governo. Tudo isso para que, no espaço de um ano, a empresa incubada saia do estágio de uma “gestão em risco” para o de uma “gestão pró-ativa”. O caso de incubação cultural nos EUA também inclui problemas específicos relacionados à questão da propriedade intelectual, direito autoral e modelos de contratos junto a setores da indústria cultural.

Outras diretrizes de análise são sugeridas: i) arquitetônico-espaciais; ii) programação interna e iii) programação externa. No primeiro caso, trata-se da importância de espaços comuns como café, cantina, corredores, *hall*, laboratório de informática, mesmo que existam *softwares* distintos para atender a cada grupo e biblioteca, cujo acervo de referência deve conter estudos e livros sobre *marketing*, mercado artístico e trabalho voluntário. Nota-se uma ausência de menção a livros sobre processos de criação, história da arte e/ou arte em geral.

Na programação interna, uma vez detectadas necessidades junto às incubadas, as incubadoras podem minimizá-las através de programas de apoios técnico e artístico, que podem ser gerais (*workshop* de *marketing* cultural, uma palestra sobre imposto de renda) ou específicos (*workshop* em fotografia artística para produção do material de divulgação, palestra de engenheiro sobre como calcular o impacto de determinada escultura para

determinado tipo de piso existente em galeria, conferência de curador, explicando critérios que utiliza para selecionar artistas), dentre outros, o que evidencia o segundo item de discordâncias apontado por Zardo e Fernandes na seção anterior.

Se as duas primeiras diretivas partem das e são também mais freqüentes junto às incubadoras tradicionais, a terceira será mais típica da incubadora cultural: a criação de uma programação externa que reforce o aspecto de integração apontado no primeiro item e sirva de vitrine para o segundo. O público – seja ele de patrocinadores, de outros possíveis candidatos à incubação ou comunidade em geral – pode ser apresentado à incubadora e aos seus incubados através de uma programação de eventos e cursos artísticos. Em área fisicamente isolada das outras mais afetas à rotina diária da incubadora artístico-cultural, essa programação poderá oferecer apresentações, ensaios, palestras, *workshops*, sobre arte ou mercado cultural, a partir das experiências desenvolvidas pelas incubadas. A programação externa, aliás, pode ser estabelecida pela incubadora com as incubadas ou mesmo oferecida diretamente por elas, a partir de taxas e serviços de manutenção e uso dos espaços solicitados, o que constituirá outra fonte de renda para a incubadora. A programação externa será importante também para reunir informações sobre o público e potencializar ainda mais a ação da incubadora, bem como de seus incubados, convergindo para o apoio mútuo que, no fundo, atraia público e minimize os problemas comuns.

Todos esses pontos e, em especial o último, têm um dado comum: a importância de uma relação presencial a ser estabelecida entre a incubadora, as empresas incubadas e o público. Não que o quesito tecnológico deva ser descartado, mas ressurge o tempo todo como importante ferramenta complementar e não exclusiva para o processo de incubação.

A captação de recursos para incubadoras artístico-culturais deve ser obtida junto a ações filantrópicas de patrocínio e mecenato – que dependem, contudo, do bom plano financeiro. Não basta, ao artista incubado, evidenciar a qualidade de sua arte, mas, voltando à questão nevrálgica do *marketing*, entender qual é o seu lugar no mercado, promovendo o que chamam de rede de relacionamentos que, futuramente, possa desdobrar-se em patrocínio.

A viabilidade financeira da incubadora deve ser avaliada, amparada ostensivamente por elementos de análise e de impacto da economia da cultura local. Além da possibilidade de captação de recursos públicos ou privados (mais direcionados às empresas incubadas), a incubadora deve manter-se em função da taxa paga pelos incubados pelo uso da infraestrutura e pelo acesso aos serviços, que podem ser ainda oferecidos de maneira complementar aos incubados ou, mais raramente, à comunidade, como aluguel de salas e auditórios, por exemplo. Outra fonte de renda pode ser a criação de um clube de associados, que têm desconto nesses serviços ou em apresentações oferecidas pela incubadora.

Organizações pequenas e com raízes na comunidade onde atuam têm o perfil mais ideal para o uso das incubadoras e seus serviços. Kahn ressalta que o estabelecimento de contatos com artistas e grupos artísticos ajuda uma incubadora a reconhecer seu local de ação (Kahn apud Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 80). Um *workshop* ou conferência com figuras proeminentes no meio pode ser útil para trazer o público-alvo da incubadora à sua sede. Os critérios de seleção de uma incubadora artístico-cultural devem considerar, dentre outros, os seguintes aspectos: trabalho cooperativo, habilidades artísticas excepcionais, determinação de aprender, crescer e ser bem sucedida financeiramente como uma organização próspera (Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 94). Uma política, por exemplo, que opte pela diversidade artística e cultural na incubadora, pode definir se aceita ou não um grupo artístico com trabalho semelhante a outro que já se encontre residente. Faucett defende a idéia de uma mistura de grupos na incubadora para refletir a diversidade artística geral. Burns recomenda clareza na política de admissão (Faucett e Burns apud Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 94).

Os autores elencam outros aspectos importantes a serem levados em conta no processo seletivo:

- i) a missão artística ou produto artístico é único e/ou inovador e destaca a organização na área ou campo em que atua;
- ii) o público a ser atendido é bem específico culturalmente;
- iii) potencial para impacto positivo do produto artístico no padrão artístico;
- iv) público positivo notório e boa resposta do produto artístico junto à comunidade;
- v) produto artístico é distinto e não compete com o de outros incubados (Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 96).

No aspecto financeiro, várias incubadoras artísticas requisitam que os candidatos apresentem registros que indiquem a solvência fiscal do grupo. Tais instrumentos ajudam a incubadora a verificar a capacidade financeira do candidato para o pagamento das taxas de incubação. No Mode, por exemplo e por essa razão, o candidato teve ter um orçamento anual de US\$ 25 mil, além de outras prerrogativas, tais como: apresentar um programa completo com pelo menos 50% da diretoria presente; ter uma experiência como organização artística sem fins lucrativos por, no mínimo, três anos; estar apto a receber subvenções.

O processo muitas vezes envolve uma certa dose de intuição, particularmente para grupos artísticos cuja capacidade organizacional se empalidece diante de suas efetividades

criativas. Mas o estudo defende que cabe ao artista a decisão final acerca do que considera íntegro e não ofensivo à sua criação e expressão artística²⁰.

O estado-da-arte das incubadoras artístico-culturais dos EUA aponta outros pontos de contato com os processos tradicionais de incubação, ao se referir às operações gerais de infra-estrutura, como manutenção dos equipamentos ou vigilância. Mas reitera que algumas preocupações sejam peculiares de uma incubadora artístico-cultural, como organizar eventos, gerenciar uma galeria de arte, salas de ensaio e vender ingressos. Enquanto incubadoras tradicionais operam no horário comercial, as artísticas podem ter que permanecer abertas ainda depois e, em função dos eventos, considerar a segurança e o isolamento das áreas de escritório dos espaços comuns, abertos ao público em geral.

Mas outro ponto comum apresentado se refere à importância de deixar claro como são as políticas de acesso das empresas incubadas à incubadora, as condições da permanência, de graduação ou de término. Por isso o contrato deve ser minucioso e incluir detalhes como reparo de danos causados ao patrimônio da incubadora até condições de extinção do processo de incubação, passando por formas de pagamento, cronogramas de execução, dentre outros.

Uma vez apresentado um resumo do estado-da-arte dos EUA, após as exposições gerais de características e dificuldades gerais das incubadoras culturais, vamos passar agora à descrição do Brasil e do Canadá, países que, como veremos, representarão nas questões apresentadas neste capítulo, uma espécie de complemento e de contraponto.

²⁰ Kahn cita um exemplo: “os instrumentistas de nossa orquestra sinfônica decidiram fazer um concerto de Halloween vestidos à caráter. Funcionou muito bem, mas porque foram os instrumentistas que tomaram essa decisão e não uma pessoa do *marketing*” (Kahn apud Gerl, Millerupton e Erlewise, 2000, p. 103).

7 MAPEAMENTO DO CAMPO, ANÁLISE DOS DADOS E PROPOSIÇÕES

O presente capítulo se divide em três partes: o mapeamento do campo das incubadoras artístico-culturais no Brasil e no Canadá, a análise dos dados coletados junto às duas incubadoras artístico-culturais estudadas. Por fim, o reexame das proposições apresentadas ao final dos capítulos anteriores à luz do mapeamento de campo e da análise dos dados.

7.1 Mapeamento do campo de incubação cultural no Brasil e no Canadá

7.1.1 Brasil

Para nosso estudo sobre as incubadoras artístico-culturais no Brasil, partimos da lista de incubadoras brasileiras disponível nos *sites* da Rede Incubar e da Universia Brasil de 2005²¹. As listas reúnem as informações das incubadoras abrigadas pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), entidade que representa todos os setores de incubação no Brasil. Essa lista foi confrontada com sua versão atual²².

Segundo o relatório *Panorama 2004*, da Anprotec, das 283 incubadoras existentes no Brasil, só 2% são, oficialmente, culturais, o que equivale a um universo de, em média, 5,66 incubadoras²³ – bem próximo ao índice apontado pelo QUADRO 8. Contudo, ao tentar estabelecer o contato com as incubadoras em 2007 e 2008 para atualização desses dados, verificou-se que muitas delas não existiam mais ou não se relacionavam a qualquer tipo de experiência em incubação cultural. Assim, comparando-se a situação verificada há dois anos, quando da emissão da lista, com a atual, chegou-se ao seguinte quadro:

Quadro 8 – Incubadoras culturais no Brasil – período 2005-2008

(Continua)

Incubadoras	Estado	Situação em 2005	Situação em 2008
Anima Alagoana	Alagoas	Consta na lista	Não consta
Incult	Alagoas	Consta na lista	Não consta
Ical	Alagoas	Consta na lista	Consta na lista
No Passo	Alagoas	Consta na lista	Não consta
Núcleo Espaço Gente	Alagoas	Consta na lista	Consta na lista
Empresas Culturais	Amapá	Consta na lista	Não consta
CDT – UnB	Distrito Federal	Consta na lista	Consta na lista
Secretaria de Cultura do DF	Distrito Federal	Consta na lista	Não consta
Gaia Parque Cultural Tecnológico	Minas Gerais	Consta na lista	Consta na lista

²¹ Lista de incubadoras do Brasil (2005) no site www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=6475

²² Lista de Associados da Anprotec 2008 no site: <http://www.anprotec.org.br/listaSimples2.php>

²³ Relatório Panorama 2004 no site http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/panorama_final_pdf_09.pdf

Quadro 8 – Incubadoras culturais no Brasil – período 2005-2008

(Encerra)

Incubadoras	Estado	Situação em 2005	Situação em 2008
Incultec	Minas Gerais	Consta na lista	Não consta
Casa de ensaio	Mato Grosso do Sul	Consta na lista	Não consta
Artesanato Artístico – Inarte	Piauí	Consta na lista	Consta na lista
Incarte	Piauí	Consta na lista	Não consta
Gênese – PUC/RJ	Rio de Janeiro	Consta na lista	Consta na lista
São João da Boa Vista	São Paulo	Não consta	Consta na lista

Fonte: Anprotec, 2005 e 2008.

O levantamento mostrou que o quadro detectado em 2005 foi praticamente redefinido em 2008: o número de incubadoras culturais no Brasil caiu de 14 para seis, um índice de queda superior a 50%. A inclusão, na lista, da Incubadora Cultural de São João da Boa Vista praticamente não altera o quadro, que se fecha assim, com sete incubadoras culturais em funcionamento no Brasil em setembro de 2008²⁴. Um período de quatro anos, normalmente relacionado ao tempo de graduação e estabelecimento das empresas incubadas e, conseqüentemente, também vinculado ao sucesso da incubadora (Lanari,2000) evidencia um movimento contrário de retração e desaparecimento das próprias incubadoras culturais.

Assim, por um lado, na consulta aos sites e nos contatos realizados, dentre as incubadoras culturais que não mais constam na lista estão as incubadoras Incult e Anima Alagoana, vinculadas ao mesmo logradouro e à pessoa responsável, mas uma atendente diz que o lugar foi transformado em restaurante. As incubadoras No Passo (AL) e Empresas Culturais do Amapá, bem como a Incarte, de Parnaíba (PI) não retornaram às reiteradas solicitações de contato.

A Incultec, de Ouro Preto, é híbrida e teve seu início no ano passado, procurando funcionar como tecnológica e cultural. Mas, até o momento, não incuba nenhuma empresa na área da cultura, tendo iniciado suas atividades apenas com uma empresa na área de tecnologia. No Distrito Federal, uma incubadora vinculada à Secretaria de Cultura do governo local era desconhecida pelos assessores tanto de imprensa, como de governo.

Já a Casa de Ensaio, de Campo Grande (MS), é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) dedicada a criar condições e oportunidades de inclusão social para crianças e jovens através do teatro. O site da instituição informa que o aluno passa por um processo de seleção no qual são avaliados o conjunto da voz, corpo e interpretação. Como pré-requisitos, exigem que o candidato tenha faixa etária de 10 a 13 anos, renda familiar abaixo de 5 salários mínimos e esteja matriculado na rede pública de ensino. Os alunos selecionados são convidados a participar do primeiro programa,

²⁴ Até esta data a Anprotec não emitiu o relatório 2007 para uma confirmação e atualização dos dados

considerado básico. Após três anos, outros programas são oferecidos aos interessados até um período de permanência de seis anos.

Do outro lado, detalhamos agora o mapeamento das incubadoras que permanecem na lista da Anprotec. Na região nordeste, a Incubadora Cultural do Agreste Alagoano (Ical) é um braço de atuação da ONG Candeeiro Aceso, de Arapiraca (AL). A ONG, em parceria com o Sebrae, promoveu uma série de levantamentos sobre os artistas e artesãos da região e a maneira como incluí-los no mercado de trabalho, mas também como usar a arte como forma de inserção social. Esta segunda diretriz também é a linha do Núcleo Espaço Gente, incubadora de socialização cultural ligada à Incubal, uma rede de incubadoras da Universidade Federal de Alagoas (Ufal).

A Inarte (PI), voltada para o trabalho em cerâmica em Poti Velho, Teresina, explora também o turismo. Em seu início, faziam parte das ações 10 artesãos, que tinham à sua disposição serviços de infra-estrutura (internet, impressora, fax) e consultoria. Em 2006, a iniciativa do pólo ceramista passou a integrar o orçamento da prefeitura local. “Foi planejado a construção de 23 barracões, contendo loja para exposição dos produtos, espaço para a produção e fornos individuais, com área para estacionamento, lanchonete. Este empreendimento mudou o aspecto urbanístico do bairro, e também a visão de negócio dos pequenos negócios ali instalados” (Silva, 2007, p.2). Além da prefeitura, a Inarte tem o apoio do Sebrae-PI, UFPI (Universidade Federal do Piauí) e Prodart (Programa de Desenvolvimento do Artesanato). É uma das instituições parceiras da Arcepoti (Associação dos Artesãos em Cerâmica do Poti Velho), que já reúne cerca de 148 famílias que trabalham em 30 oficinas de produção. “A artesã Raimunda Teixeira da Silva conta que, há sete anos, produzia-se apenas o filtro, o pote e o jarro. Entretanto, com a diversificação dos produtos, abriram-se as possibilidades de crescimento do setor.” Através de cursos e parcerias, a produção incorporou a confecção de objetos mais ornamentais para efeitos de decoração e venda para o turismo e outras cidades (Fontenele, 2005).

A incubadora CDT da UnB (DF) na verdade é uma multi-incubadora que trabalha prioritariamente com tecnologia, mas inclui ações de incubação na área social e, na área cultural, o *design*. O Parque Gaia (MG) refere-se apenas ao complexo tecnológico de Itajubá e não inclui ações na área da incubação cultural.

A Incubadora de São João da Boa Vista com a ONG Pró-Cultura, originada em 1999 a partir das atividades culturais desenvolvidas ao longo de 16 anos por uma livraria na cidade. Atua não só no município como também em outras 17 cidades da região. Mantém 18 empreendimentos incubados, entre artesanato, canto, dança e música; já possui 5 graduados (uma livraria e quatro artistas, dois ligados às artes plásticas, um ao teatro e

outro à música) e, além dos serviços de incubação, também atua na área de *marketing* e diagnósticos culturais para empresas públicas ou privadas²⁵.

A trajetória de incubação cultural da Gênesis teve início em 2002 e foi uma das pioneiras do país e da América Latina. Sua experiência será analisada adiante.

Em consonância com Zardo e Fernandes (2005), podemos dizer que o mapeamento mostrou que as diferentes incubadoras encontradas nas regiões brasileiras destacam a relação existente entre o grau de desenvolvimento da região e as incubadoras ali presentes. Mas o que o mapeamento apresentado evidencia é um quadro ainda pouco consolidado da incubação cultural no Brasil e nela, conseqüentemente, da incubação artística.

Através do *site* da principal instituição que agrega as experiências de incubação brasileiras, o mapeamento mostra sete remanescentes vinculadas à área cultural. Dessas sete incubadoras, duas, a CDT e a Gaia, são focadas, na verdade, em tecnologia – embora a primeira delas inclua a incubação social e o *design* entre as experiências.

Das outras cinco, percebeu-se que, no duplo caso alagoano, tem-se, sobretudo a inserção social através de cursos de formação artística, que se destaca como sendo a linha predominante. No Piauí, a Inarte inclui-se também nessa idéia da socialização e formação, embora seja mais voltada ao turismo e à decoração.

Mas, do ponto de vista da incubação artística tratada neste trabalho, que considera a cultura não como meio, mas como a finalidade para criação de obras inéditas, produzida a partir, no mínimo, de grupos e/ou artistas incipientes, as experiências mais evidentes se localizam nas incubadoras de São João da Boa Vista e Gênesis. As duas incubadoras abrigam ainda um espectro artístico-cultural mais diverso e amplo entre as suas incubadas.

Dentre as duas experiências, optamos por examinar mais detidamente o caso da Gênesis por ser a mais antiga a configurar e a permanecer nas listas da Anprotec. A própria incubadora, criada em 2002, afirma ser a primeira em experiência cultural na América Latina e já publicou alguns artigos e livros através da Anprotec e em eventos do setor.

7.1.2 Canadá e Quebec

O levantamento apresentado no capítulo anterior pela Cabi acerca das 83 incubadoras de empresas em funcionamento no Canadá expõe como nenhuma delas se caracteriza como incubadora cultural, excetuando-se, talvez, a Incubadora de Moda, localizada em Toronto, na província de Ontário. A *Toronto Fashion Incubator* (TFI) apresenta-se como um espaço para empreendedores no campo da moda, oferecendo oportunidades para criação, serviços de consultoria e *newsletter*, centro de pesquisa com

²⁵ Site da instituição: www.incubadoracultural.com.br

informações sobre o mercado da moda local e internacional, um prêmio de concorrência interna entre as incubadas de CDN\$ 25 mil, dentre outras ações²⁶

Serge Bourassa, diretor de uma das incubadoras que constam na lista da Cabi em Quebec, província enfatizada neste trabalho, o Centro de Empresas e de Inovação de Montreal (*Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal* – Ceim, que reúne as principais iniciativas de incubação da cidade), confirmou o desconhecimento de iniciativa canadense de incubadoras artístico-culturais, na transposição do modelo tradicional de incubação. Bourassa ressaltou que a ocorrência de uma clientela formada por 25% da demanda junto às empresas incubadas no Canadá – conforme atesta o primeiro campo da TAB 8 – pode ser explicada por algumas iniciativas de incubadoras e incubadas na prestação de serviços de *softwares* e outros programas de computação para clientes ligados à área do cinema, da animação ou do *videogame*, por exemplo²⁷. Ou seja, existem algumas ações diluídas dentro de algumas empresas incubadas por incubadoras tecnológicas canadenses, que são voltadas, esporadicamente, para setores da cultura como os citados, mas através do viés tecnológico.

Contudo, o setor público da cultura no Quebec expõe uma série de iniciativas nas quais o processo de incubação está dissociado de seu modelo tradicional, mas vinculado à idéia de programas de fomento para empresas culturais e artistas. No modelo quebequense, a ocorrência de incubadoras artístico-culturais se dá através de cooperativas e/ou centros culturais e artísticos, que vão assumir esse processo sendo no todo ou, em boa parte, subsidiados, pelo governo do Quebec. Em especial através das ações dos governos municipais e, no lado provincial, pela Sodec e pelo Calq.

Dominique Jutras, ex-diretor da Sodec e atualmente à frente do OCCQ, aponta que a defesa do Quebec, através do Canadá, pela Convenção da Diversidade Cultural, mostra como a lógica do mercado não deveria prevalecer sobre a da produção artística. “Por isso a ausência de incubadoras de empresas artístico-culturais no Canadá, em especial no Quebec, e a presença do governo nas *filiales* produtivas artísticas, que incluem processos de incubação em suas instituições e apoio às suas empresas e artistas, mas não nos mesmos termos do que se vê, por exemplo, no caso dos EUA”²⁸. Jutras explica que o governo do Quebec apóia ações de fomento artístico através do Calq e da Sodec: o primeiro voltado para o artista; a segunda, para a empresa artística-cultural ligada ao livro, disco, filme (a lógica de fluxo editorial sob a indústria cultural, mais concentrados nos grandes centros urbanos), mas também ao artesanato (com iniciativas mais distribuídas pela província).

²⁶ Site da TFI: <http://www.fashionincubator.com/>

²⁷ Depoimento ao autor em 21 de maio de 2008, na sede do Ceim, em Montreal.

²⁸ Depoimento ao autor em 18 de junho de 2008, na Cidade do Quebec.

O processo de incubação artística encontra, portanto, no Quebec, estas duas instituições que se complementam: de um lado, os artistas, talvez, “em uma dimensão emergente e aí, [por outro] seguidamente a empresa. É realmente o tecido industrial (...) completam-se os dois organismos”²⁹, afirmam Marielle Audet e Godi Sagou. Eles esclarecem que é, de fato, o governo o principal financiador de ações na área da incubação artística, priorizada de forma diferente do modelo “*mise en marché*” que se verifica nos EUA. Mas existem, no Quebec, associações profissionais que podem oferecer cursos de *marketing* específicos para os artistas, se for o caso: Enquanto numa incubadora haveria seleção dos artistas, tais associações profissionais oferecem os cursos seguidamente “e qualquer um, a partir do momento em que paga, pode ter acesso a estes cursos”.³⁰

Enquanto o Calq oferece bolsas e subvenções a artistas e organizações artísticas sem fins lucrativos, podendo algumas dessas ações acontecer sob forma de contrapartida, a Sodec também pode financiar grupos culturais sem fins lucrativos através do exame da proposta. Mas mesmo no caso de empresas – somente culturais – com fins lucrativos, existe um instrumento de renúncia fiscal, o crédito de imposto (*crédit d’impôt*) que abate em até no máximo 15% do valor do empreendimento, não sendo financiada a totalidade da produção. “É somente uma parte da produção. Em contrapartida, pode haver um número ilimitado de artistas que vêm protocolar [seu pedido] e, se preenchem os critérios, terão direito ao crédito de imposto”. O apoio é indiscriminado àqueles que preenchem os requisitos para o abatimento solicitado, pois se defende a lógica de que “cada vez que o Estado oferece um crédito de imposto, ele sabe que será reembolsado, de certa maneira, pelas despesas que vão gerar, talvez, a atividade econômica e cultural”.³¹

De qualquer forma, a Sodec não opera como uma incubadora artístico-cultural: ela simplesmente avalia as propostas das empresas e libera, diretamente, os financiamentos. “Não há um acompanhamento ao longo de toda a duração de vida do projeto (...) ajuda-se em sua criação em nível financeiro”.³²

Mas Sagou e Audet enumeram várias instituições mantidas ou financiadas pelo governo do Quebec que atuam em áreas de suporte à criação e à inovação artísticas, mas

²⁹ Depoimento gravado ao autor em 5 de junho de 2008, na sede da Sodec. “Donc, les artistes, peut-être, plus du côté émergent au début et puis, ensuite, l’entreprise. C’est vraiment le tissu industriel. (...) On se complète les deux organismes”

³⁰ Depoimento gravado ao autor em 5 de junho de 2008, na sede da Sodec. “Les associations professionnelles offrent des cours (...) mais ces associations professionnelles qui offrent des cours, elles n’ont pas un (...) Alors que dans un incubateur il y aurait une sélection des artistes, là, les associations professionnelles offrent les cours et puis vient qui veut, vient n’importe qui à partir du moment où ils payent peut avoir accès à ces cours-là”.

³¹ Depoimento gravado ao autor em 5 de junho de 2008, na sede da Sodec. “C’est juste une partie de la production. Par contre, il peut avoir un nombre illimité d’artistes qui viennent déposer et s’ils remplissent les critères, ils auront droit au crédit d’impôt. (...) chaque fois que l’état offre un crédit d’impôt, ils savent qu’ils vont être remboursés, d’une certaine manière, par les dépenses qui vont peut-être engendrer l’activité économique et culturelle”

³² Depoimento gravado ao autor em 5 de junho na sede da Sodec. “Mais la Sodec, on ne peut pas dire que ce soit un incubateur, dans le sens où il n’y a pas un accompagnement tout au long de la durée de vie du projet, quoi, la durée de création des projets. (...) Pour les aider dans la création. Au niveau financier, on les aide dans la création”

incluindo-se nos termos similares à incubação artística como na interface entre arte e tecnologia, caso da *Société des Arts Technologiques (SAT)*, *Alliance NumériQC*³³, mas também através do RCAAQ³⁴.

O *Regroupement des Centres D'Artistes Autogérés du Québec (RCAAQ)*, ou Agrupamento dos Centros Artísticos de Autogestão do Quebec, é formado por cerca de 60 cooperativas artísticas de toda a província que oferecem programas de residência artística. Uma dessas cooperativas, a *Méduse*, reúne 10 produtores e difusores artísticos (*Antitube*, *La Bande Vidéo* e *Spirafilm* – audiovisual; *l'Atelier de la mezzanine*, *l'Œil de Poisson*, *VU* e *Engramme* – artes visuais, sendo os dois últimos voltados para a fotografia e a estampa, respectivamente; *Les Productions Recto-Verso* – arte multidisciplinar; *Avatar* – áudio, som e eletrônica e *CKIA FM 88,3* – uma rádio local).

Criada em 1995, a cooperativa ocupa um edifício de 4 mil metros quadrados em uma área próxima ao centro histórico do Quebec e tem como objetivo “facilitar, para os artistas, o acesso aos equipamentos de ponta e aos serviços especializados, além de favorecer uma sinergia de reencontro e de troca entre os campos artísticos no seio da *Méduse*” (*Méduse*, 2008). Jocelyn Robert, diretor da *Méduse*, afirma que pode haver alguma semelhança da cooperativa artística com a proposta das incubadoras como desenvolver contribuições novas, oferecer circunstâncias favoráveis à sua inclusão, ao seu desenvolvimento.

Mas uma das diferenças importantes é que no caso da criação artística, sobretudo desde... poder-se-ia dizer, teoricamente, desde a Segunda Guerra Mundial, na realidade da prática, desde o meio dos anos 1960, o contexto não é mais o receptáculo neutro da intervenção. (...) No caso da arte, a arte não se põe mais apenas sobre a parede de uma galeria. Todo o contexto, feito de apresentação ou de intervenção, faz parte da ação artística. O que faz com que, desde os anos 1960, uma importância essencial - no Canadá em todo caso - foi dada à autogestão. Espera-se não somente que os artistas num contexto de incubadora possam criar novas obras, mas alterar o contexto no qual trabalham, como o contexto social, o econômico, o técnico (...) então os artistas não vêm mais apenas fazer um novo projeto, mas vêm também implicar-se no desenrolar das atividades (...) em ações em rede com outros grupos etc.³⁵

³³ Criado em 1996, a SAT tem um programa de residência artística que oferece suporte à pesquisa, ao material técnico e uma contribuição financeira por projeto, de acordo com os recursos disponíveis. É aberto a artistas profissionais reconhecidos e que já tenham pelo menos uma produção independente; a criadores e pesquisadores de novas linguagens artísticas; a cientistas, tecnólogos ou engenheiros que tenham projetos encampados pelo SAT ou que possam ser desenvolvidos com um artista e, por fim, autores, críticos e especialistas, que tenham artigos, propostas de seminários e projetos de edição na área. Nenhum deles pode ser uma empresa sem fins lucrativos (SAT, 2008). Já a *Alliance NumériQC* é uma instituição que agrega cerca de 200 empresas na área de aplicativos para internet, jogos, *e-learning* e educação, oferecendo 14 serviços especializados nesse setor, além de facilitar o financiamento e promover cursos de capacitação. (Alliance NumériQC, 2008).

³⁴ Criada em 1986, a RCAAQ reúne 60 centros artísticos de autogestão, como o *Méduse*, que será analisado adiante. Seu objetivo é melhorar as condições de criação no Quebec e no Canadá. Oferece publicações, modelos de contratos, programas de formação e aperfeiçoamento profissional, seminários, dentre outras ações. (RCAAQ, 2008)

³⁵ Depoimento gravado ao autor em 18 de junho de 2008, na sede da *Méduse*. “L’une des différences importantes c’est que dans le cas de la création artistique, surtout depuis... on pourrait dire, théoriquement, depuis la deuxième guerre mondiale, dans la réalité de la pratique, depuis le milieu des années soixante, le contexte n’est plus le réceptacle neutre de l’intervention. (...) Dans le cas de l’art, l’art ne se met plus... en tout cas, ne se met plus seulement sur le mur d’une galerie. Tout le contexte fait de présentation ou d’intervention fait partie de l’action artistique. Ce qui fait que depuis les années soixante, d’une importance majeure – au Canada en tout cas - qui a été donné à l’auto-gestion. On s’atteint non seulement à ce que les artistes dans un contexte d’incubateur puissent créer de nouvelles oeuvres,

Mas, por outro lado, salienta o diretor que, na proposta de auto-gestão do local, qualquer conhecimento produzido por *qualquer uma* das empresas deverá circular abertamente entre todas as outras – especialmente em se tratando de uma incubadora artística. “Uma incubadora tecnológica, quando obtém uma expertise específica, ela a retém, porque o valor dessa expertise reside em sua unicidade. Aqui é o contrário: quando se desenvolve uma nova avaliação, compartilha-se a mesma. Por conseguinte, é uma diferença essencial”³⁶. Ele aponta, por exemplo, que uma das empresas de *Méduse* desenvolveu um vídeo, mas precisava de uma trilha sonora específica – então eles recorreram ao *Avatar*, que tratou de encontrar a expertise necessária. Também cita que, em 2007, várias empresas precisavam de um mesmo tipo de equipamento. Juntas, buscaram o financiamento e também a expertise necessária para decidir qual tipo de equipamento e onde procurá-lo.

Com relação às incubações artísticas, na *Méduse* tudo pode ser completamente variável. Se no Canadá algumas organizações estipulam um número de residências fixas por ano enquanto outras oferecem por meses, semanas ou mesmo dias, na *Méduse* é diferente. O processo de incubação pode, inclusive, até não ser contínuo: começa em uma dada semana, seguido de uma pausa para reflexão e é retomado adiante. Uma vez avaliado como um bom projeto, o mesmo é acolhido pela *Méduse*, faz-se um cálculo de custo e, em seguida, junto com o artista, discute-se a melhor maneira de buscar o financiamento – inclusive, se possível, junto à iniciativa privada.

Dentre os programas de residência previstos para este ano encontra-se, pela primeira vez, um programa estabelecido em parceria com o Instituto de Artes do Pará (IAP). Pelo acordo, o IAP deve selecionar e encaminhar um artista plástico com ênfase em trabalhos visuais para uma bolsa de dois meses de incubação no *VU*, uma das empresas da *Méduse*, até o final de 2008. Na *Méduse*, entre os principais parceiros, estão a prefeitura do Quebec, o Calq e o MCCF.

No âmbito de Montreal, programas de residência artística temporária são oferecidos pelas redes públicas municipais das *Maisons de la Culture*. A *Maison de la Culture Frontenac*, situada na estação de metrô de mesmo nome e no mesmo local de uma das 44 bibliotecas municipais, é uma das 12 *Maisons de la culture* vinculadas à prefeitura de

mais modifier le contexte dans lequel ils travaillent et ça aurait pu être le contexte social, le contexte économique, le contexte technique (...) Alors les artistes ne viennent plus seulement faire un nouveau projet, mais ils viennent aussi s'impliquer dans le déroulement des activités (...) leurs actions en réseau avec d'autres groupes, etc, etc”

³⁶ Depoimento gravado ao autor em 18 de junho de 2008 na sede da *Méduse*: “un incubateur technologique quand il a une expertise particulière ... il la garde, parce que la valeur de cette expertise-là fait son unicité. Alors qu'ici c'est l'inverse: quand on développe une nouvelle expertise, on la partage. Donc, c'est une différence majeure”.

Montreal³⁷, que oferecem residência artística para a criação no que se refere aos espaços e suporte técnico para ensaios e apresentações – não há serviços de acompanhamento artístico.

Louise Matte, diretora da Frontenac, aponta a ocorrência de 100 espetáculos por ano e especialmente nas áreas de dança, teatro e música – “excetuando-se a música clássica, pois como ficamos perto de uma capela que promove esse tipo de trabalho, preferimos que ela siga com esse perfil”³⁸. A diretora sublinha que, além dessa espécie de rede de informações culturais entre a Maison e as instituições de seu entorno, há outra semelhante entre as demais *Maisons de la Culture*, no sentido de facilitar o acolhimento de propostas de apresentação e de residência artística de criação vinculadas às características regionais próximas a cada *Maison*.

Essa rede de informação é produzida a partir das decisões dos Comitês Municipais Interdisciplinares Setoriais (dança, música, teatro), que centralizam o recebimento das propostas dos artistas, para, uma vez examinadas e aprovadas, disponibilizá-las na rede das *Maisons*, a fim de que cada uma possa estabelecer, da melhor maneira, a sua programação. As *Maisons*, contudo, oferecem apenas o espaço de ensaio, um cachê e toda a infra-estrutura técnica de recursos humanos e materiais para os espetáculos – mas não financia diretamente seus artistas residentes, que devem buscar esse apoio, por exemplo, junto ao Calq. Esses artistas podem estar no início ou no meio de carreira, e o apoio é de ordem técnica e não artística.

Além de uma rede de *Maisons de la Culture*, a prefeitura de Montreal apóia diversas organizações sem fins lucrativos que possam atuar no fomento e na difusão artístico-cultural, entre as quais estão a Sociedade dos Diretores de Museus Montrealenses, o Grupo *Culture Montréal* e o MAI (*Montréal Arts Interculturels*) que, além de difusor, atua também com projetos na área de incubação artística e tem, como uma de suas principais metas institucionais, a promoção da diversidade cultural – aspecto importante nas políticas cultural externa e interna dos dois países estudados.

Assim, a partir do mapeamento das incubações artístico-culturais no Brasil e no Canadá, passamos ao exame mais de perto de dois processos institucionais vinculados a cada uma dessas modalidades de incubação. De um lado, o caso brasileiro da Gênese e, de outro, o quebequense MAI.

Através dessa comparação, poderemos detalhar ainda mais as diferenças e semelhanças nesses dois processos de incubação. O brasileiro, mais vinculado a uma adaptação do processo tradicional de incubação à dimensão cultural, enquanto o

³⁷ Integra-se às 44 bibliotecas a Biblioteca Nacional do Quebec, um dos muitos equipamentos e ações culturais vislumbradas pelo Plano de Ação 2007-2017 que tem o objetivo de consagrar a cidade como uma “metrópole cultural” de referência mundial. Site do Plano de Ação: www.montrealmetropoleculturelle.org.

³⁸ Depoimento ao autor em 28 de maio de 2008 na sede da Maison Frontenac.

quebequense, mais voltado a uma ampla dimensão de financiamento de incubações artísticas.

7.2 O processo de incubação artística: Gênesis e MAI

Nesta seção apresentamos a análise do processo de incubação artística do Instituto Gênesis, do Rio de Janeiro, e do MAI, de Montreal. Os dados obtidos sobre cada instituição estão estruturados em quatro partes: a primeira se refere a dados gerais sobre cada instituição, como nome do representante, histórico, missão institucional, principais parceiros e estrutura organizacional. A segunda parte aponta algumas características das empresas incubadas, como tipologia artística, nível de experiência e ocorrência de desistências.

Aqui se inclui a presença de pelo menos algum tipo de incubação artística dentre as empresas e/ou artistas incubados, os quais, por sua vez, deveriam ser, no mínimo, incipientes (IN), isto é, com alguma experiência artística, mas que ainda não tivessem passado por nenhum processo de aperfeiçoamento profissional, seja com vistas ao seu próprio exercício artístico ou ao mercado. Além dos incipientes, foram considerados outros dois grupos: os semi-experientes (SE: possuem cerca de um ano e meio de experiência e estão na incubadora para um auxílio mais profundo em algum produto/obra ou serviço artístico/cultural) e os bem estabelecidos (BE: possuem mais de três anos de experiência e estão na incubadora para um auxílio mais pontual em algum produto/obra ou serviço cultural). Na análise, sempre que possível, foram incluídas ainda algumas considerações sobre a peculiaridade econômica de cada produto/serviço artístico incubado, a partir das diretrizes estabelecidas entre obras “únicas” e reproduzíveis.

A terceira parte se refere a aspectos organizacionais, bem como critérios e processos seletivos da incubadora. A quarta parte recai sobre fluxo das necessidades da informação, determinadas pelas fontes de informação escolhidas para resolver ou minimizar dificuldades encontradas pela incubadora junto às empresas incubadas. A estruturação das fontes de informação seguiu as sugestões de Barbosa (1997) atualizadas por Silveira (2006).

7.2.1 Dados gerais sobre as incubadoras artístico-culturais Gênesis e MAI

Nesse item, apresentaremos a seguir breve descrição, histórico, missão institucional, parceiros e financiamento das duas incubadoras.

7.2.1.1 Descrição

A Incubadora Cultural Gênesis da PUC-Rio, com sede à rua Marquês de São Vicente, 225 (prédio Dom Jaime de Barros Câmara), foi fundada em 2002. Seu horário de funcionamento é de segunda à sexta-feira das 9 às 20 horas. O diretor da instituição, José Alberto Sampaio Aranha, está no cargo há 16 anos. O quadro funcional do Instituto Gênesis reúne 19 pessoas.³⁹

O MAI (*Montréal Arts Interculturels*), com sede à rua Jeanne-Mance, 3680 Bureau 103, foi fundado em 3 de abril de 1997, mas teve o início efetivo de suas operações em 1999. O horário de funcionamento do escritório é de 10 às 18 horas, de segunda a sexta. A diretora da instituição, Régine Cadet, está no cargo desde 7 de Janeiro de 2006. São 15 os funcionários direta ou indiretamente envolvidos no MAI⁴⁰. Estagiários e voluntários regularmente colaboram com o MAI em tarefas e atividades pontuais, como recepção, atualização de base de dados, atividades de desenvolvimento de público, promoção etc.

Nessas primeiras informações percebe-se alguns apontamentos importantes: primeiro, o tempo de experiência do diretor do Gênesis, à frente da instituição desde o início de sua fundação. Aqui nos referimos não só à incubadora cultural, obviamente, mas a todo o complexo de incubadoras, instaladas dentro de uma universidade. Isso evidencia como a incubadora cultural Gênesis se insere nesse complexo amplo de incubadoras, às quais, por sua vez, têm a chance de estarem próximas à produção discente e docente da PUC-RJ.

O MAI já se apresenta como unidade autônoma e, em primeiro momento, não vinculada a nenhum grande centro universitário ou de produção de conhecimento.

Outro ponto é o perfil dos funcionários, que, apesar do número semelhante, já apontam as diretrizes diferentes de cada instituição: a Gênesis reúne funcionários mais vinculados a um perfil empresarial; o MAI, aqueles mais voltados a um perfil artístico.

³⁹ José Alberto Sampaio Aranha e Lygia Alessandra M. Magacho (diretoria); Ana Cristina Xerez e Aline Sacramento (secretaria); Priscila P. O'Reilly de Araujo Castro, Paula Pereira, Adriana Tapajós, Marcela Nogueira, Cátia Jourdan e Leonardo Melo (incubadoras); João Larisch (unidade Tecnologia de Informação); Verônica da Silva Ferreira (unidade de Comunicação e designer); Rita Ariani (designer); Roberta Farias e Jacqueline Victoriense (unidade Gestão de Pessoas); Leonardo José dos Santos (unidade Financeira) e Gilmar Ribeiro (unidade Financeira e unidade Predial); Julia Zardo e João Rampini (Relações Internacionais).

⁴⁰ Régine Cadet (direção geral e artística); Philippe Richard Authier (direção técnica); Guilaine Royer (assistente em artes cênicas); Aneth Sin (relações públicas); Patrick David Campbell (coordenador das atividades e dos serviços de acompanhamento); Émilie Dougé (assistente da direção técnica); Ibou Sow (adjunto à administração); Sarai Gomez (bilheteria e desenvolvimento de público); Francis Brisebois (assistência técnica); Zoë Chan (assistente em artes visuais – mas em horário parcial 25h/semanais); Eva Labarias (redação e tradução - 20h semanais) e Lynne Cooper, Parissa Mohit, Renée Solorzano, Jason Selman (recepção e vigilância).

7.2.1.2 Breve histórico e missão institucional

Na Gênese, embora a idéia inicial do processo de incubação tenha ocorrido nos primeiros anos da década de 1990 dentro do Instituto Tecnológico da PUC-Rio (Ituc), Aranha⁴¹ aponta que a fase de incubação propriamente dita, em meios físicos, só pôde ser inaugurada no ano de 1997, com o lançamento do Prédio Gênese, que passou a abrigar as empresas que participam do processo de incubação. Desde então, a Incubadora lançou no mercado empreendimentos nas áreas de Tecnologia da Informação para Energia, Tecnologia para Meio Ambiente, Tecnologia da Informação para Telecomunicações, Entretenimento, Educação à Distância e Gestão de Conteúdo/Conhecimento com vários casos de sucesso. As empresas incubadas e graduadas já receberam desde 1998 em torno de 40 prêmios.

Com ações consolidadas na área tecnológica, a Incubadora Gênese buscou, a partir de 2002, uma nova área de atuação pela sua importância efetiva na economia do país, precisamente a área cultural. Segundo Aranha, a iniciativa se deu a partir da necessidade detectada de se desenvolverem empreendimentos de bases cultural e artística. O Instituto Gênese lançou a primeira Incubadora Cultural da América Latina, criando mais um mecanismo de viabilização e transferência de conhecimento, e estendendo sua experiência à geração e à gestão de negócios inovadores também para a cultura. Hoje, a Incubadora Gênese engloba empresas que atuam em diferentes áreas, tais como arte, educação, moda, design, turismo cultural, mercado editorial e audiovisual.

Em outubro de 2004 lançou, em parceria com Departamento de Artes & Design da PUC-Rio, a Incubadora de Design de Jóias do Instituto Gênese da PUC-Rio, a primeira incubadora no Brasil a se especializar no planejamento e na implantação de empresas nos segmentos de jóias e bijuterias. Essa iniciativa contou com parceiros como a Associação de Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio de Janeiro (AJORIO), o Instituto Nacional de Tecnologia (INT) e o CentroDesignRio. Aranha também afirma que a Incubadora Gênese conta também com o apoio do Sebrae e de profissionais de renome, que possuem grande conhecimento e experiência no setor, com o objetivo de oferecer orientação mercadológica, buscando sempre identificar as novas tendências do mercado.

A partir de 2008, a gestão operacional e os processos de todas as incubadoras foram unificados e centralizados. A razão disso, esclarece Aranha, é que com o aumento do número de empreendimentos, capazes de transitar em diferentes setores de atuação e com a habilidade de coordenar conhecimentos multidisciplinares, uma nova estrutura, mais otimizada e sistematizada, tornou-se necessária. Atualmente, segundo Aranha, a

⁴¹ José Alberto Sampaio Aranha, diretor do Instituto Gênese, em resposta ao questionário.

Incubadora Gênesis da PUC-Rio trabalha com as melhores práticas desenvolvidas desde 1990 e tem seus processos constantemente reavaliados, considerando as especificidades de cada segmento e as seguintes sub-áreas:

- Artesanato
- Áudio, Vídeo e Mídia Digital
- Automação
- Design
- Editorial
- Educação
- Energia e Petróleo
- Entretenimento
- Gestão do Conhecimento
- Jóias e Acessórios
- Logística e Geoprocessamento
- Meio ambiente
- Moda
- Serviços Especializados
- Tecnologia da Informação
- Telecomunicações
- Turismo

O MAI é um lugar de difusão profissional pluridisciplinar em arte contemporânea, de vocação intercultural. Sua missão é de permitir a pesquisa e a reflexão em torno da arte contemporânea intercultural, de favorecer as trocas e os diálogos entre as culturas e de encorajar diversos projetos de colaboração com os artistas e diversos parceiros.

O MAI é regido por um conselho administrativo que decide, em assembléia geral, as orientações e os objetivos a médio e a longo prazo, a programação, o orçamento e as grandes ações do MAI. Os demais profissionais do MAI têm a responsabilidade de dar apoio e suportes necessários à execução das atividades da programação.

Ao longo dos oito últimos anos, o MAI tem sido gerenciado por uma instituição sem fins lucrativos, o Reagrupamento pelo Desenvolvimento das Práticas Artísticas Interculturais (RDPAI), instituição autônoma desde 3 de abril de 1997. O RDPAI nasceu de uma série de mesas públicas de discussão sobre a necessidade do diálogo entre as culturas, iniciado em 1990. Em 1998, a prefeitura de Montreal confiou ao RDPAI a gestão do MAI, que é então oficialmente aberto ao público em maio de 1999. Desde maio de 2007, RDPAI e MAI juntaram e modificaram seus estatutos, unindo-se na mesma instituição que se configura,

segundo Cadet⁴², como o único lugar dos meios artísticos contemporâneos montrealense e canadense cujo mandato tem como eixo principal a promoção das práticas artísticas interculturais.

Depois de sua abertura, o MAI ofereceu seus serviços a aproximadamente uma centena de artistas que representam a diversidade cultural canadense e apresentou uma programação anual de uma quinzena de produções profissionais em caráter intercultural. Ao longo desses oito anos, programou mais de três mil espetáculos em dança, teatro, música, artes multidisciplinares, exposições em artes visuais e outras atividades, tendo recebido mais de 80 mil espectadores e participantes (público de Montréal e da região metropolitana, composto pelas diferentes comunidades culturais, universitárias e estudantis em geral)

O recebimento de espetáculos do Canadá anglófono, a troca e a criação de uma rede de contatos entre os artistas, divulgadores, além de festivais também são atividades regulares do MAI. Desde 2001, a programação do MAI é muito diversificada devido aos artistas, aos estilos (inovação; culturas mundiais etc) e às disciplinas apresentadas. Essa variedade de estilos e combinações artísticas é apregoada como sendo a grande contribuição do MAI ao desenvolvimento das artes montrealenses devido ao seu papel inclusivo das culturas do mundo e das formas possíveis de atração de diferentes públicos. As atividades se inscrevem em uma visão artística clara, que, de acordo com Cadet, visa irradiar a cultura e a carreira dos artistas pela interculturalidade da arte e mesmo possibilitar o acesso de público que freqüente pouco as instituições culturais montrealenses (em particular aqueles ligados às comunidades culturais). Assim, o MAI visa à emergência, à consolidação e à autonomia dos artistas e dos organismos às práticas interculturais.

A instituição também oferece residência artística de criação e serviços de acompanhamento para, inclusive, consolidar laços com as comunidades culturais locais através de atividades extra-muros com o apoio de organismos artísticos, culturais ou comunitários existentes na periferia de Montréal. Sucintamente, descreve Cadet, o MAI tem como objetivos:

- promover as práticas artísticas interculturais entre os profissionais de criação, produção e difusão;
- favorecer a troca e o diálogo intercultural ao seio do *métier* artístico;
- oferecer um espaço para a experimentação e a apresentação de novas práticas artísticas interculturais através de condições profissionais;
- apresentar obras atuais, buscando diversas culturas do mundo, através de um quadro de projetos locais, nacionais e internacionais;

⁴² Régine Cadet, diretora do MAI, em resposta ao questionário.

- buscar o desenvolvimento profissional dos artistas da diversidade, para favorecer sua integração e a compreensão de sua atitude.

Na comparação entre a Gênese e o MAI, a diferença se acentua ainda mais. A incubadora cultural Gênese, pelo seu histórico e origem, configura-se a partir dos parâmetros tradicionais de incubação, como geradora e gestora de negócios, contextualizada para empreendimentos na área da cultura – ou seja, inclui, em sua grande parte, áreas mais ligadas ao perfil de uma incubadora cultural do que, propriamente, artística, como turismo, artesanato, *design*, moda – visando ao mercado e ao desenvolvimento local através da cultura.

O MAI se configura como centro cultural, que tem no entrecruzamento de culturas diversas o carro-chefe de seus critérios de trabalho, tanto em nível institucional, como também em dois pontos: a promoção e a incubação de trabalhos artísticos. A primeira sendo uma prerrogativa criada a partir de uma instituição, a RDPAI, forjada no seio da discussão municipal por uma ação maior da visibilidade da diversidade cultural existente em Montreal e, por extensão, no Canadá e no mundo. A segunda, como vimos no capítulo anterior, decorrente de uma percepção da política pública local em oferecer junto a diversos centros culturais programas de incubação artística como variante de “residência artística temporária”.

7.2.1.3 Principais parceiros e financiamento

Na incubadora Gênese, são 24 os principais parceiros da instituição: a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec); Accenture; Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet (Assespro); Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES); Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq); Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNDT); Departamento de Informática da PUC-RJ; Eletrobrás; Endeavor; Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj); Financiadora de Estudos e Pesquisas (Finep); Federação das indústrias do Rio de Janeiro (Firjan); Fundação Padre Leonel Franca (FPLF); Fundação Planetário; Governo do Estado do Rio de Janeiro; Instituto Euvaldo Lodi (IEL); Instituto Tecnológico da PUC-Rio (Ituc); Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT); Ministério da Cultura (MinC); Prefeitura do Rio Janeiro; Rede de Tecnologia e Rede de Incubadoras do Estado do RJ (Reinc); RioSoft; Rede de Tecnologia Social (RTS); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae); Sebrae (/RJ) e TIM.

Segundo Aranha, a Incubadora Gênesis tem conseguido atingir sua auto-sustentabilidade com o condomínio pago pelas empresas incubadas; projetos e consultorias de transferência de conhecimento para outras cidades e comunidades. Também inclui consultorias e realização de projetos entre as empresas incubadas e grandes empresas; cursos/oficinas de empreendedorismo e plano de negócios.

A Incubadora Gênesis também capta recursos junto ao governo para custear suas consultorias para outras comunidades, eventos e alguns de seus bolsistas e, no fim do primeiro semestre, já possui recursos captados para o pagamento de todo o ano de 2008. As principais agências de fomento da Incubadora são: Finep, CNPq, Secretaria do Turismo, MCT, MinC, Banco Inter-americano de Desenvolvimento (BID), Faperj.

No MAI existem vários parceiros, mas, dentre eles, podem-se citar: o Mês da História Negra e Visões da África por reunir as comunidades negras, anglófonas e francófonas, incluindo ainda todas as comunidades africanas de Montréal; o Festival de Acesso Asiático, com o qual o MAI se associa a cada ano para a promoção das atividades relativas ao Mês do Patrimônio Asiático; o *PWC-Québec*, Associação Nacional e Regional pelas mulheres filipinas canadenses, é outro parceiro; Amizade Quebec-Venezuela, uma associação junto à comunidade venezuelana.

Outra instituição, o CAM (Conselho de Arte de Montréal), permite reunir as comunidades em sua área para a difusão de espetáculos já apresentados no MAI, que mantém parcerias com os departamentos de História da Arte das universidades de Concordia, Universidade de Quebec em Montreal (UQAM) e McGill. O MAI colabora também com organismos que trabalham com a diversidade cultural de Montreal, como o *Diversité Artistique Montréal* (DAM), a *Vision Diversité* e o *Culture Montréal*. Também é parceiro do Mês da Foto em Montréal e outros, dependendo do projeto.

As fontes de financiamento do MAI provêm do Serviço de Desenvolvimento Cultural da Prefeitura de Montréal; Conselho de Arte do Canadá; Patrimônio Canadense; MCCF; Emprego Quebec e, ocasionalmente, do Conselho de Artes e Letras do Quebec (Calq). Dentre os lucros autônomos estão as bilheterias (que têm pouco impacto no financiamento da instituição) e as locações de sala. Ainda há apoio de empresas como *ICI*, *Mirror*, *Le Devoir*, *Georges Laoun Opticien*.

Novamente, os parceiros institucionais de cada uma das entidades analisadas evidenciam bem os diferentes perfis. Focada no negócio ligado à área de cultura, a incubadora Gênesis têm, dentre a maioria de seus parceiros, órgãos de financiamento para ações empreendedoras e/ou de fomento empresarial, como Sebrae, Finep, BNDES, dentre outros. O mais diretamente ligado à área da cultura é o MinC. Percebe-se que, além de a cultura ser uma das ações de incubação da Gênesis, a sua natureza complexa de incubadora permite um maior leque de instituições financiadoras. Algumas dessas agências

de fomento são responsáveis pela manutenção de parte do orçamento de pessoal – como bolsistas e consultores – além de eventos, embora a manutenção da incubadora *per se* tenha logrado êxito, nas palavras do diretor, através do pagamento dos condomínios pelas empresas incubadas e pelos serviços externamente prestados por esses consultores. Podemos dizer assim que a Gênesis opera uma fonte de financiamento mista, que trabalha com fluxos financeiros provenientes do setor público, mas também daqueles de sua própria ação, a qual, por sua vez, é gerada em parte a partir dos fluxos públicos – como os que financiam consultores e bolsistas.

O caso do MAI já é distinto, pois, apesar de também ter uma fonte de renda própria (aluguel de espaços para ensaios e bilheterias de espetáculos), a mesma não é suficiente para a manutenção de seu espaço e pessoal. E, como se viu pela lista dos financiadores, essa fonte é totalmente proveniente do setor público – em seus três níveis, municipal (prefeitura), provincial (MCCF, Emprego Quebec e Calq) e federal (Conselho de Artes do Canadá e Patrimônio Canadense). No que tange às parcerias estabelecidas, todas elas advêm de instituições que estão mais ou menos conectadas à missão institucional do MAI, ou seja, à discussão ou à representação da diversidade cultural da cidade e da província canadense. Também surge a primeira referência a três importantes universidades de Montreal e seus respectivos departamentos de Arte: McGill, Concordia (que são predominantemente anglófonas) e ainda a UQAM (francófona).

7.2.2 Empresas apoiadas pela instituição

Os quadros a seguir explicitam o caráter diferenciado das duas incubadoras: enquanto a incubadora Gênesis (QUADRO 9) se caracteriza mesmo por ser uma incubadora do tipo cultural, que inclui alguns exemplos de incubação artística, percebemos que, no caso do MAI (Quadro 10), ele é exclusivamente artístico.

A Gênesis, em função de seu caráter complexo e múltiplo, reúne ainda maior quantidade de empresas em configuração de pessoa jurídica: 14 das 16 empresas listadas (as duas únicas abrigadas como pessoa física, ABC Bambu e Caus Bambu têm perfil cultural e não artístico). O contrário observa-se no MAI: todas as 10 atividades abrigadas pelos serviços da instituição evidenciam um trabalho com o artista (pessoa física) e não com empresas culturais e/ou artísticas.

No caso da Gênesis foram apresentadas 11 empresas incubadas e cinco graduadas. Do total geral das 16 empresas, seis estão ligadas à produção na área de moda, design (jóias; bambu) e/ou bijuterias e acessórios: Caus Bambu, Espaço Rita Santos, etc. Acessórios, Izabel Andrade Ramos; Zóia e Santa Bárbara. Outras cinco oferecem serviços em diversas áreas: consultoria para planejamento e/ou cursos em bambu (ABC Bambu);

hospedagem domiciliar em favelas (Favela Receptiva); serviços de comunicação (SócioDesign); turismo de aventura (Superar); empreendedorismo em escolas (Zeltzer).

Das outras cinco restantes, duas são culturais, pois utilizam os recursos das obras reproduzíveis para fins específicos como imagem e conteúdo para o Terceiro Setor (Estúdio Criatura) e fotografia escolar (Marília Brandão). E as outras três, também ligadas às obras reproduzíveis, são todas elas exemplos de lógicas editoriais propriamente artísticas, pois se referem, de modo geral, à produção e à edição musical (Brazilian Lounge e Outras Letras Editora) e audiovisual (Cinema Nosso). Contudo, das três, apenas a Brazilian Lounge encontra-se em fase de incubação artística, as outras duas pertencem já à categoria de graduadas. Todavia, foi incluída na categoria de semi-experiente (cerca de um ano e meio de experiência e presença na incubadora para um auxílio mais profundo em algum produto/obra ou serviço artístico/cultural). Não há ocorrência de empresas incipientes na incubadora, o que pode estar associado aos critérios de seleção.

Quadro 9 – Empresas incubadas – Gênese

Nome das empresas	Natureza					Gêneros Artísticos culturais*	ou	Estágio de Desenv.	Produto, obra ou serviço artístico
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Artística	Cultural	Apoio Técnico				
ABC Bambu	X			X		Consultoria Bambu	em	SE	Curso/palestras e empreendimentos culturais
Brazilian Lounge		X	XX			Selo e Editora Musical		SE	Programa de rádio, produtora de eventos, selo e editora Musical
Caus Bambu	X			X		Design em Bambu		-	Arquiteturas temporárias para eventos
Espaço Rita Santos		X		X		Design de jóias		-	-
Etc. Acessórios		X		X		Bijuterias		SE	-
Favela Receptiva		X		X		Hospedagem Domiciliar em favelas	em	-	Intercâmbio sócio-cultural em favela
Izabel Andrade Ramos		X		X		Design de jóias		SE	-
SócioDesign		X		X		Serviços de Comunicação	de	SE	Mídia impressa e web
Superar		X		X		Turismo Aventura	de	SE	Agência turística
Zeltzer		X		X		Empreendedorismo em escolas		SE	Multioficina para escolas
Zóia		X		X		Acessórios pessoais com matérias-primas diferenciadas	com	BE	Cerâmica plástica, fios de cobre e fibras naturais

* Por exemplo: teatro, balé, produção de vídeo, escultura, artesanato etc. XX = obras reproduzíveis
BE = Bem Estabelecidos SE = Semi-Experientes e IN = Incipientes

Quadro 10 – Empresas graduadas – Gênesis

Nome das empresas	Natureza					Gêneros Artísticos ou culturais*	Estágio de Desenv.	Produto, obra ou serviço artístico
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Artística	Cultural	Apoio Técnico			
Estúdio Criatura		X		X		Imagem e Conteúdo para Terceiro Setor	BE	Desenvolvimento de sites e CDs-Rom
Marília Brandão Fotografia Escolar		X		X		Fotografia	BE	Fotos individuais e de eventos
Outras Letras Editora		X	XX			Editora	BE	Coleção de livros sobre música
Santa Bárbara		X		X		Moda	BE	Flores, botões, fitas, bordados
Cinema Nosso		X	XX			Audiovisual	BE	Cinema, TV e animação para escolas.

* Por exemplo: teatro, balé, produção de vídeo, escultura, artesanato etc. XX = obras reproduzíveis
BE = Bem Estabelecidos

No caso do MAI, percebe-se que o processo de incubação artística em 8 dos 10 artistas submetidos equivale à “residência de criação”, apoio complementado com a orientação artística, suprimento técnico e, em alguns casos, pela divulgação das obras. Dos 10 artistas, seis trabalham no grupo das artes performáticas, sendo uma na área do espetáculo de *rock*, Maya Kuroki, e cinco com propostas na área da dança – e dos mais variados tipos: Aboubacar Mané (dança afro); Alexandra Landé (*hip hop*); Hinda Essadiqi (dança contemporânea); Meena Murugesan (dança indiana contemporânea) e Sudeshna Maulik (dança hindu). Os outros quatro se inserem nas artes visuais, divididos, por sua vez, em três categorias: Patrick Ganthier (esculturas únicas); Khadija Baker e Danilo Villafior (instalações em vídeo, o primeiro utilizando ainda o material têxtil) e Ana Biro (têxtil combinado com novas tecnologias).

No primeiro grupo, ligado às artes performáticas, estariam aqueles artistas que poderiam ter dificuldades inerentemente econômicas ligadas ao desenvolvimento desse tipo de arte, evidenciadas pelo mal de custo Baumol⁴³. Dificuldade que, segundo o economista, poderia ser minimizada com a subvenção pública, a qual, como vimos, é o fluxo financeiro predominante do MAI. O segundo grupo está aparentemente vinculado às peculiaridades econômicas das obras de arte “únicas”, mas a questão da instalação vem funcionar como um interessante estudo de fronteira entre as “únicas” e as reproduzíveis, uma vez que a

⁴³ Como consequência inevitável da produtividade geral da economia, o custo por unidade de produção nas artes performáticas é destinado a crescer contínua e relativamente aos custos da economia como um todo. Essa defasagem de produtividade conduz ao problema do financiamento das artes performáticas diante de um inevitável aumento dos custos. A pressão gerada por esses custos finais tornou-se conhecida como ‘o mal de custo Baumol’ (*Baumol’s cost disease*) e pode conduzir ao risco da compensação do déficit econômico pelo artístico.

instalação, apesar de recorrer a instrumentos típicos das obras reproduzíveis, inclusive aquelas pertinentes às lógicas de fluxo – como TV e rádio. Além disso, podem operar dentro de uma lógica de fruição de obras únicas, no sentido em que mais de uma pessoa pode admirar uma mesma obra em um mesmo espaço, mas também podem romper essa lógica quando algumas propostas solicitam, por exemplo, a presença individual em uma cabine. Observa-se também que a maioria dos artistas é incipiente (mas não, como dito, inexperiente artisticamente) o que evidencia também uma abertura maior ao caráter de experimentação artística propiciado pela lógica de “residência de criação” – mesmo quando esses artistas já vêm com alguma experiência maior de países fora do Canadá.

Enfim, se no caso da Gênese evidencia-se a importância de certa diversidade na busca e na compreensão de determinadas lógicas de mercado ligadas à possibilidade de variados processos de incubação cultural, o MAI é mais concentrado no artista e, no caso específico da instituição, na presença de uma diversidade artística vinculada à origem e à proposta dos artistas selecionados. O MAI surge como o lugar institucional por definição que talvez ilustre melhor essa política pró-diversidade tão cara ao espectro da política cultural do Canadá e do Quebec. Ao contrário da Gênese, que traz em maior número empresas culturais (pessoas jurídicas), no caso do MAI, essa preferência recai sobre o artista (pessoa física) certamente porque, como vimos, caberá à Sodec o fomento direto às empresas quebequenses ligadas à indústria cultural e ao artesanato.

Duas diretrizes de desempenho emergem assim, dessa comparação: a brasileira defende o desenvolvimento que pode ser propiciado a partir de uma ação induzida e efetiva junto a possibilidades e oportunidades que uma empresa cultural possa obter junto ao mercado. A quebequense mostra que o desenvolvimento artístico, garantido pela subvenção, pode contribuir para a interlocução entre grupos identitários diferentes em um mesmo espaço cultural. Nesta, o aspecto de mercado torna-se secundário (ainda que presente na forma indireta de impacto em função dos dividendos diretos e indiretos que o espetáculo desses artistas possa gerar), naquela, o entendimento e a compreensão mercadológica tornam-se fundamentais e prioritários.

Quadro 11 – Empresas incubadas – MAI

(Continua)

Nome das empresas	Natureza					Gêneros artísticos ou culturais	Estágio de Desenv. *	Produto, obra ou serviço artístico
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Artística	Cultural	Apoio Técnico			
Aboubacar Mané 2007	X		X			Dança afro contemporânea	IN	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros - Divulgação, clippings) Espetáculo <i>Djahilya</i>
Alexandra Landé 2007-2008	X		X			Dança urbana (hip hop)	IN	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros - Divulgação) Espetáculo <i>Retrospek Tournée</i>
Hinda Essadiqi 2007-2008	X		X			Dança contemporânea	SE	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros - Divulgação) Espetáculo <i>L'absence</i>
Killy (Patrick Ganthier) 2007-2008	X		X			Artes visuais (instalações esculturais e únicas)	SE em seu país de origem, mas IN no Canadá	(Orientações artísticas e outras - Produção de uma publicação e divulgação) Exposição <i>Grandir ou Mourir</i>
Khadija Baker 2007	X		XX			Artes visuais (Têxtil e instalações em vídeo)	IN	(Residência de Criação + Orientações artísticas)

* Por exemplo: teatro, balé, produção de vídeo, escultura, artesanato etc. XX = obras reproduzíveis

BE = Bem Estabelecidos SE = Semi-Experientes e IN = Incipientes

Quadro 11 – Empresas incubadas – MAI

(Conclusão)

Nome das empresas	Natureza					Gêneros artísticos ou culturais	Estágio de Desenv. *	Produto, obra ou serviço artístico
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Artística	Cultural	Apoio Técnico			
Meena Murugesan 2008-2009	X		X			Dança Indiana Contemporânea	IN	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros e divulgação) Espetáculo <i>Aval</i>
Maya Kuroki 2008-2009	X		X			Rock japonês	IN	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros e divulgação) Espetáculo <i>Tamagoleoptera</i>
Sudeshna Maulik 2008-2009	X		X			Dança hindu	BE em seu país de origem, mas IN no Canadá	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros e difusão) de espetáculo no <i>Gesù</i> (teatro de Montreal)
Danilo Villaflor 2008-2009	X		XX			Artes visuais (instalações em vídeo)	IN	(Orientações artísticas e outros – Difusão de obras)
Ana Biro 2008-2009	X		XX			Artes visuais (Têxtil e novas tecnologias)	SE	(Residência de Criação + Orientações artísticas e outros)

* Por exemplo: teatro, balé, produção de vídeo, escultura, artesanato etc. XX = obras reproduzíveis
BE = Bem Estabelecidos SE = Semi-Experientes e IN = Incipientes

Ao longo da trajetória das duas instituições, observou-se também uma distinção no que diz respeito às empresas que desistiram ou não concluíram o processo de incubação.

No caso da Gênesis houve desistência das empresas Ethos Brasil, Cabeça de Negro, Fator Brasis, Tag e Apraax, as quais tiveram o processo de incubação interrompido e ainda a empresa Artevisivo, que morreu. Os motivos em geral, segundo Aranha, foram: a empresa não alcançou os objetivos esperados, não concordaram com a metodologia da incubadora ou o objetivo da empresa não estava mais alinhado com os objetivos da incubadora.

No caso do MAI não houve casos de desistência até hoje. Mas houve um artista que obteve o apoio financeiro necessário, percebeu que não conseguiria concluir a proposta no tempo previsto, pois sua idéia pedia um envolvimento maior e mais prazo. A efetuação da proposta em tempo hábil prejudicou o fluxo de desembolso de financiamentos e o calendário

cultural da instituição. Por outro lado, Cadet cita alguns casos de artistas que retornam ao MAI após a conclusão dos trabalhos, não mais para buscar serviços de incubação – o que lhe seria um fator impeditivo – mas apenas para usar o aluguel de espaço para ensaio ou apoio do MAI na divulgação de algum trabalho.

7.2.3 Processo de seleção e tempo de permanência

O processo de seleção de novos empreendimentos da Incubadora Gênesis é realizado através de edital, lançado duas vezes por ano, no *site* do Instituto. Segundo Aranha, o objetivo é gerar sinergia entre as empresas incubadas, obter maior competitividade no mercado e retorno para o desenvolvimento, local e setorial. Por isso são privilegiadas empresas que agreguem produtos e serviços às redes ou Consórcios Empresariais Gênesis que têm como atividade fim os segmentos apresentados na lista presente ao item 7.2.1.2.

Detalhadamente, os critérios de seleção apontados são os seguintes:

- i) Viabilidade técnica e econômica do empreendimento com potencial de crescimento;
- ii) Grau de inovação e competitividade dentro do foco da Incubadora Gênesis PUC-Rio;
- iii) Grau de importância da empresa no apoio às redes formadas pelas empresas incubadas;
- iv) Conectividade com os centros de pesquisa da Universidade;
- v) Qualificação dos proponentes e da equipe quanto aos aspectos técnicos e empreendedores;
- vi) Responsabilidade social com a região;
- vii) Processo de produção não poluente (ruído, contaminação e etc.);
- viii) Aderência aos valores do Instituto Gênesis da PUC-Rio;
- ix) Constante busca pela inovação;
- x) Ética e responsabilidade social;
- xi) Valorização da cultura nacional;
- xii) Erro como fonte de aprendizado;
- xiii) Prevalência do bem comum e da dignidade do indivíduo;
- xiv) Responsabilidade pelo desenvolvimento regional;
- xv) Supremacia do indivíduo sobre o empreendimento;
- xvi) Viabilidades técnica e econômica do empreendimento com potencial de crescimento;
- xvii) Grau de inovação e competitividade dentro do foco da Incubadora;

- xviii) Grau de importância da empresa no apoio às outras empresas residentes;
- xix) Conectividade com a Universidade (centros geradores de conhecimento);
- xx) Qualificação dos proponentes e da equipe – aspectos técnicos e empreendedores;
- xxi) Presença de pelos menos um aluno ou ex-aluno da PUC-RJ como um dos sócios do empreendimento.

A orientação da Incubadora aos empreendedores para a estruturação do projeto e da elaboração do Plano de Negócios é iniciada no primeiro momento do processo de seleção dos novos empreendimentos.

Após a entrega do plano, é dado um retorno pelos profissionais que realizaram a reunião de pré-análise de viabilidades financeira, mercadológica e tecnológica do negócio. Uma equipe de psicólogos, professores da Disciplina Atitude Empreendedora, participam da pré-análise, entrevistando os empreendedores vinculados às propostas selecionadas. Depois dessa fase, os candidatos pré-selecionados ainda recebem – de uma banca de seleção do Consórcio de Desenvolvimento, formado pelos parceiros do Instituto Gênese – sugestões de ações e direcionamento aos empreendimentos. Ao final das apresentações, o consórcio indica as empresas aptas a serem apoiadas pela Incubadora, classificando-os como incubados e pré-incubados. As empresas permanecem na incubadora de dois a três anos.

No MAI, a seleção dos projetos é feita por sua direção geral e artística, em colaboração com seu assistente nas artes cênicas e seus conselheiros em dança e teatro, que estipulam a linha da programação a cada estação. O mesmo é feito junto ao comitê e assistente de artes visuais para a seleção dos projetos de exposição na galeria.

Os critérios de seleção são:

- i) a qualidade;
- ii) a originalidade;
- iii) o nível de profissionalismo;
- iv) a adequação aos objetivos do MAI (intercultural, inovação, mesclagem);
- v) sintonia com a direção artística de cada estação;
- vi) verificação da viabilidade e da capacidade de manutenção do projeto (em nível organizacional e financeiro).

A seleção é realizada anualmente. Os cinco artistas selecionados contam com o apoio do MAI para um período de 12 a 15 meses. O MAI oferece também uma oportunidade de incubação mais curta, que pode durar de duas a quatro semanas para desenvolver projetos artísticos, explorar possibilidades ou finalizar obras, em dois espaços equipados e propícios à criação e/ou ensaios. Espaços que também podem ser alugados a outros

artistas. Eventualmente, oferece a possibilidade de uso gratuito do espaço do café, do teatro (*black box*, com 139 assentos) ou da galeria.

7.2.4 Compromissos e contrapartida das incubadoras e das incubadas

Na Gênese, as empresas incubadas pagam um condomínio mensal – 50% do valor durante a incubação e 50% após a graduação.

São quatro os tipos de apoios oferecidos: serviços básicos de incubação; recursos institucionais; recursos vinculados e ligação em redes e associações.

Os serviços básicos de incubação são utilizados e mantidos, sob forma compartilhada, pelos empreendimentos da Incubadora e incluem:

- a) uso das instalações físicas da incubadora, que compreende acesso às salas de reunião e ao auditório, os serviços de segurança patrimonial, limpeza comum e recepção;
- b) serviços de orientação às empresas nas áreas de informação e comunicação; jurídica; captação de recursos e projetos; ambiente (predial e recursos humanos) e tecnologia da informação.

As incubadas interessadas podem solicitar ainda a ocupação de determinados módulos existentes nas dependências da incubadora, que podem ser cedidos a título precário (comodato). A prioridade na ocupação é definida de acordo com: data de entrada na incubadora (quem entrou primeiro tem preferência) e colocação final no edital de seleção. As incubadas podem usar a Internet e outras facilidades da rede de computadores, bem como o uso por tempo determinado de equipamentos e mobiliário do patrimônio da Universidade como um todo, quando disponíveis.

Todo e qualquer recurso institucional como material, humano, organizacional, tecnológico e cultural, tangível ou intangível, da PUC-Rio é disponibilizado pela Gênese. Isso inclui, mas não se limita a propriedade intelectual e industrial, laboratórios e oficinas, cargas horárias contratuais de dedicação à Instituição, excluídos os recursos proporcionados pelas bibliotecas e aqueles fruídos mediante ressarcimento de custos pela empresa (ou empreendedor).

Os gestores da Gênese têm como missão permanente servir como facilitadores para que as empresas incubadas utilizem os recursos institucionais da Universidade como meio de desenvolvimento. A Incubadora Gênese da PUC-Rio tem o objetivo de ampliar o elenco de ativos intelectuais postos à disposição das empresas incubadas, refletindo os interesses e as necessidades coletivas dessas empresas e por isso oferece:

- palestras de orientação empresarial, ministradas por profissionais convidados;

- promoção da aproximação das empresas incubadas com os laboratórios e pesquisadores da PUC-Rio para efeito de aquisição de tecnologia e de conhecimentos necessários para o desenvolvimento dessas empresas;
- criação de mecanismos que favoreçam a participação coletiva em feiras de negócios e em contatos com investidores.

Recursos vinculados se referem aos recursos financeiro e/ou material originários de entidades públicas ou privadas, parceiras do Instituto Gênesis, e colocados à disposição da empresa, para uso direto ou indireto, através de convênio ou contrato com a PUC-Rio. Como exemplo, parcerias com o Sebrae, IEL, Endeavor, entre outras.

Por fim, há a possibilidade de ligação a redes e associações de representatividade da área de atuação da Incubadora como, por exemplo, a Rede de Incubadoras do Rio de Janeiro (ReINC) e a Anprotec.

O MAI também propicia diferentes serviços de ajuda aos seus artistas incubados: apoios técnico, administrativo, promocional, empréstimo de material etc. Esses serviços foram formalizados em 2005, a partir do Quadro de Intenções Trienais estabelecido entre o MCCF e o serviço de desenvolvimento cultural da prefeitura de Montréal, que aplicou ao MAI um protocolo de apoio ao desenvolvimento das competências dos artistas das comunidades culturais e das práticas artísticas interculturais.

O artista não é cobrado quando da apresentação do espetáculo, exceto pelas taxas de segurança. Os cinco artistas escolhidos anualmente recebem a remuneração sob a forma de um cachê fixo, quando da apresentação pública do espetáculo no valor de CDN\$ 2 a 3 mil e, se a bilheteria ultrapassar um montante determinado, poderá haver uma divisão entre as partes. Mas, segundo Cadet, o foco é o processo. Como os artistas procuram o MAI para receber apoio sob forma de aprendizado, desenvolvimento de competências e/ou projetos, é somente quando ocorre a apresentação pública que um cachê é fornecido.

Em nível artístico, o MAI oferece conselho artístico, direção de iluminação, técnica, produção, comissariado para exposições, dentre outros. Em nível de mercado, são oferecidos serviços de redação e tradução de documentos, assessoria de imprensa, *clippings*, materiais promocionais etc. O pessoal envolvido nesse trabalho é terceirizado ou pertencente ao próprio corpo de funcionários do MAI e o acompanhamento é face-a-face. Cadet diz que, por exemplo, se o artista quer desenvolver um trabalho junto ao MAI e ele não tem um diretor técnico ou de produção, esses profissionais serão providenciados para ajudar no aprimoramento da obra desse artista. O MAI permite aos artistas o uso da fotocopiadora, do fax e do computador da instituição, mas só de acordo com as disponibilidades.

Devido à sua missão institucional, o MAI apresenta uma programação intercultural variada de criações em artes cênicas (dança, teatro anglófono e francófono, música e artes

interdisciplinares) e em artes visuais e mediáticas. Todas elas devem ser realizadas por artistas profissionais, já consagrados ou em início de carreira, que trabalhem com questões de diversas comunidades culturais provenientes de Montréal, Quebec, Canadá e mesmo do estrangeiro.

Essa qualidade dos encontros é uma preocupação constante do MAI em suas atividades. Por isso, efetua ainda um trabalho de desenvolvimento de público junto às proximidades das comunidades culturais, incluindo francófonos e a minoria anglófona para reunir o público dessas diferentes comunidades uma base regular e recorrente, ao se associar, a artistas profissionais, aos grupos sócio-culturais, e aos representantes dessas comunidades. Todas essas atividades reforçam o MAI, segundo sua diretora, como um local *difusor, promotor, monitorador e de troca, encontro e intercâmbio artístico*.

Nesta seção, percebemos a preocupação da Gênese em prover o empreendedor cultural e artístico de tudo aquilo que possa ser complementar à boa colocação de seu produto artístico-cultural no mercado. Incluem-se, como exemplo, planos de marketing, questões legais, orientações empresariais, participação em congressos, feiras e eventos externos ao local de incubação e, no local, uma aproximação aos recursos humanos e materiais da universidade, quando não da própria incubadora, no que diz respeito à presença física. Tais serviços, oferecidos à incubada, devem ser pagos metade antes e metade após o processo de incubação.

No caso do MAI, o uso de infra-estrutura básica é restrito, bem como, de maneira geral, mas não exclusiva, os demais espaços do lugar, salvo aqueles em que o artista estiver desenvolvendo o seu projeto. A preocupação recai sobre como aprimorar a obra em relação ao seu aspecto artístico – a relação com o mercado é mais tímida, pontual e atribuída aos serviços de tradução e de assessoria de imprensa (*press-releases*, divulgação) necessários ao espetáculo final envolvido. Subvencionado, o artista deve cumprir os prazos e as diretrizes estipuladas pela instituição, recebendo um cachê ao final do processo.

7.2.5 Fluxo e fontes de informação

Nesta seção, são apresentados os comentários dos diretores de cada instituição sobre o tipo de acervo que possuem, as dificuldades encontradas no relacionamento junto às incubadas e as fontes de informação a que recorrem no sentido de resolver ou minimizar tais dificuldades.

A Gênese possui uma biblioteca virtual (localiza-se em seu portal na internet) e uma coleção de obras. Ao se acessar o *site*, um ícone indica que a biblioteca virtual está em construção, apesar de remeter a um acervo de 17 textos. Nove deles dizem respeito a aspectos gerais da instituição Gênese, do processo de incubação e APLs, dentre outros. Os

outros oito referem-se a textos mais voltados à incubação cultural, sendo que dois deles constituem resumos de obras publicadas pela instituição. O texto mais recente da instituição data de agosto de 2006, sendo sua postagem efetivada em janeiro de 2007.

O MAI não possui biblioteca, mas arquivos de fotos, vídeos e pastas referentes às atividades da instituição. Uma possível explicação para o fato pode decorrer do alto número de bibliotecas existentes em Montréal e do foco mais artístico que mercadológico da instituição. Ainda assim, cabe notar que o MAI, se se propõe a investir em sua meta, ressaltando a unicidade de seu papel institucional ao evidenciar a diversidade cultural, oferecer e abrigar uma pluralidade de expressões artísticas e agendas que confirmem esse caráter. Mas, em contraponto, não oferece um rol de publicações específicas sobre a questão.

No que diz respeito às dificuldades encontradas no relacionamento com as incubadas, tem-se que, no caso da Gênese, a maior dificuldade é motivar as empresas a participarem dos cursos de capacitação oferecidos pela incubadora. Normalmente, os sócios das empresas incubadas não têm tempo suficiente para participar dos cursos oferecidos. Além disso, essas empresas têm dificuldade em manter sempre a incubadora informada sobre todas as suas novas atividades.

Para o MAI, a principal dificuldade é conciliar os horários. Mas, além disso, é também fazer com que os artistas compreendam que o papel do MAI junto a eles é o de auxiliá-los no processo da execução da criação artística, que fica a cargo do próprio artista.

De um lado, os desafios de conciliação temporal entre incubadas e incubadoras aparece como dificuldade comum às duas instituições. De outro, dificuldades de informação entre umas e outras, mas em direções inversas: no caso do MAI, partindo mais da percepção que o incubado tem em relação à incubadora; no caso da Gênese, partindo mais da incubadora em direção ao incubado. Nas TAB 15 e 16, temos, respectivamente, as fontes externas e internas de informação usadas para minimizar ou resolver tais dificuldades. Um detalhe importante e que se faz esclarecer é que o MAI assinalou quase apenas as fontes pessoais, o que pode fazer sentido diante da dificuldade apresentada. Mas é curiosa a não menção a memorandos, relatórios, estudos internos, por exemplo, para minimizar o problema referente à aparente dependência da instituição estipulada pelo artista – que confunde aqueles desafios inerentes à própria condição de sua *criação artística* com o apoio subsequente da instituição *para viabilizar* essa criação. Contudo, salienta-se aqui a marcação de base de dados – a qual, por sua vez, deve agregar informações relevantes dos outros documentos. No campo “outros” apenas o MAI mencionou e se referiu ao “boca-a-boca” de funcionários e público, o que reitera o que havia sido detectado anteriormente.

Assim, os próprios artistas tornam-se as fontes principais, sendo seguidos pela concorrência, ou diríamos, também, cooperação, como no caso de outras instituições

semelhantes, como as *Maisons de la Culture*, o público (outro dado curioso, visto que se trata de um problema interno, pré-espetáculo final, obviamente. Mas ressalte-se a possibilidade de ocorrências de pequenas audiências, contudo, durante ensaios abertos e situações semelhantes), membros da diretoria e funcionários – estes em especial, pelo acompanhamento mais próximo junto às demandas do artista.

Para o problema da *Gênese*, a situação se inverte e as fontes impessoais são as que recebem o peso máximo de extremamente importantes – salvo aquela fonte impessoal que recebeu o único destaque no MAI – as bases de dados. E, talvez, pelo processo contrário: o peso de outras fontes impessoais internas, como memorandos, circulares e relatórios são suficientes para minimizar ou resolver o problema. Todas as demais fontes pessoais também foram avaliadas e receberam peso equivalente – salvo o público e funcionários de empresas privadas. Estes talvez porque realmente mais distantes da solução do problema entre a incubadora e os sócios das empresas incubadas. Mas talvez a pergunta que surja daqui seja porque os funcionários de órgãos do governo receberam um peso maior que os de órgãos privados. Como possível resposta, a presença e a maior proximidade destes junto às incubadoras em função de fatores ligados ao financiamento.

Tabela 15 – Fontes de informação externas utilizadas

Fontes de informação - Externas		Gênese	MAI
Pessoais	Clientes	5	5
	Concorrentes	5	5
	Contatos comerciais/ profissionais	5	-
	Funcionários de órgãos do governo	5	-
	Funcionários de órgãos privados	4	-
	Público	4	5
Impessoais	Jornais e revistas	5	-
	Periódicos acadêmicos	5	-
	Publicações governamentais	5	-
	Rádio e televisão	5	-
	Associações comerciais e industriais	5	-
	Conferências e viagens	5	-

1. Sem importância 2. Pouco importante 3. Importante 4. Muito importante 5. Extremamente importante.

Tabela 16 – Fontes de informação internas utilizadas

Fontes de informação - Internas		Gênese	MAI
Pessoais	Superiores hierárquicos internos	5	-
	Membros da diretoria	5	5
	Gerentes subordinados	5	-
	Equipe de funcionários	5	5
Impessoais	Memorandos e circulares	5	-
	Relatórios e estudos internos	5	-
	Biblioteca da organização	5	-
	Serviços de informação eletrônica	Internet (externa) 5	-
		Base de dados 4	Base de dados 5
		-	-

1. Sem importância 2. Pouco importante 3. Importante 4. Muito importante 5. Extremamente importante.

7.2.6 Incubação - proximidades e distanciamentos entre Gênesis e MAI

Nesta última seção sobre as características das duas incubadoras, foram obtidos dados estruturados na TAB 17, referentes a peculiaridades de seu processo de incubação. Foi considerada a instituição como incubadora e as empresas físicas e/ou jurídicas que nela atuam como incubadas. As proximidades e distanciamentos entre uma e outra ficam mais evidentes.

No primeiro ponto, percebe-se como, em função do uso da incubação virtual, a relação presencial na Gênesis não é tão forte como no MAI. Mas também há que se considerar que o forte componente artístico do MAI, as artes performáticas, que se exaurem no momento da fruição, pedem, pelo seu próprio formato, uma presença mais vigorosa e incisiva dos representantes da incubadora.

No segundo ponto, fica também evidente a forte presença do componente artístico e da configuração do MAI não só como espaço de monitoramento, mas também de difusão e lugar de encontro artístico, que possibilite o fluxo e a presença de público externo. O MAI se configura não só como em um espaço de aprendizado, mas também de difusão artística e com isso consegue potencializar o seu papel e mesmo gerar com a bilheteria outra âncora financeira para sua manutenção, ainda que não muito relevante se comparada à subvenção que recebe. Essa âncora financeira não é aproveitada pela Gênesis: embora esse fluxo possível financeiro e de público certamente aconteça para outros setores da universidade onde está instalada, até mesmo em função da presença da incubadora, o mesmo não ocorre nela própria, cujo espaço está destinado apenas à atividade de apoio a e infraestrutura da incubação artística e não, necessariamente, à sua manifestação.

O financiamento público, presente no terceiro ponto analisado, tem peso total no MAI em função da ampla presença de instituições públicas no bojo de sua manutenção financeira – considerando-se órgãos de fomento e apoio culturais nos níveis municipal, provincial e federal do Canadá. Mais uma vez, as razões que explicam essa onipresença do setor público no MAI estão relacionadas à questão da diversidade cultural, cara, a um só tempo e por diferentes razões à federação canadense e ao governo quebequense. Mas também ainda à forte, histórica e tradicional presença do poder público em todas as instâncias de financiamento e fomento à cultura e às artes no Quebec.

No caso da Gênesis o índice só é um pouco menor, pois há recursos gerados, por exemplo, pelo próprio condomínio pago pelas incubadas. Mas sua capacidade de auto-sustentação depende, em parte, do financiamento que obtém junto a órgãos do governo brasileiro para o pagamento, por exemplo, de bolsistas e consultores.

O quarto ponto foi o que apresentou maior disparidade entre ambas as instituições e se refere ao perfil das incubadas: se elas devem ser, em sua maioria, sem fins lucrativos. No

caso do MAI, a concordância é total, pelas próprias razões que tangenciam as subvenções e a presença do governo no fomento cultural quebequense. No caso da Gênese ocorre o contrário, já que ela defende a inclusão de empresas com fins lucrativos dentro do processo de incubação. O que difere, em muito, dos pressupostos vistos junto à política cultural quebequense, que postula, dentre outros, a presença de um Estado forte no fomento e gerenciamento – não na produção, certamente – da cultura.

O desenvolvimento econômico e cultural de uma região, quinto ponto abordado, contudo, se mostra mais forte na Gênese que no MAI, embora, em ambas, não se tenha verificado um máximo grau de intensidade. No caso da Gênese, a questão se configura desde o início, entre os critérios de seleção e papel institucional da incubadora. O MAI, embora tenha entre suas premissas a integração intercultural das comunidades montrealenses, a presença do termo econômico tem provocado maior cautela da instituição ao se posicionar para não incorrer no risco de condicionar a questão cultural à econômica.

O sexto ponto, – os recursos oferecidos pela incubadora podem ser compartilhados por mais de uma empresa incubada –, é forte na Gênese, que trabalha em torno de múltiplos aspectos compartilhados entre seus incubados – do uso de infra-estruturas a consultorias. É um pouco menor no MAI, em função talvez – e mais uma vez – do forte componente artístico que pede exclusividade no momento de um ensaio ou da experimentação. Detecta-se uma interessante constatação: se o bem cultural permite seu consumo coletivo, como o já citado exemplo dos quadros no museu ou filme no cinema – no processo de criação desse bem cultural, essa possibilidade é reduzida ao criador ou criadores envolvidos, impedindo, nesse momento, o compartilhamento de recursos – o que também pode-se relacionar ao problema de conciliação de horários, exposto na seção anterior. Todavia, o item tem muito peso no MAI, o que permite dizer que se não há total, há um forte componente de compartilhamento dos recursos na instituição.

No sétimo ponto, – se há exclusividade no trabalho da equipe da incubadora em relação aos incubados –, novamente o MAI comparece com um índice menor que a Gênese e, novamente, uma explicação pode estar relacionada à dificuldade mencionada pela instituição. Essa dificuldade se refere ao papel do MAI junto ao artista incubado: os funcionários da instituição estão lá para auxiliar os artistas a construir sua obra e não a fazê-la por eles. Por isso posiciona os funcionários em nível razoável numa relação de exclusividade junto aos incubados.

O oitavo ponto, três anos como tempo médio de incubação, obteve uma resposta maior da Gênese, pois afinal esse é o tempo esperado da incubação na instituição, mas cai em relação ao MAI, cujo tempo médio é de um ano.

O último e nono ponto diz respeito à possibilidade de extensão do serviço além do prazo. Em ambas as instituições, essa possibilidade é muito próxima e isso se reflete, no

caso da Gênese, no acompanhamento que a instituição faz após o período de incubação e, no caso do MAI, na oportunidade aberta àqueles que, mesmo que tenham sido residentes, possam retornar para solicitar apoio à divulgação ou mesmo locação de espaços.

Tabela 17 – Grau de proximidade a características da incubação: Gênese e MAI

Características da Incubação	Incubadora Cultural Gênese	Montréal Arts Interculturels
Relação presencial constante entre a incubadora e as incubadas	4	5
Presença de público externo à incubadora	-	4
A instituição é sem fins lucrativos, financiada, em grande parte, pelo dinheiro público	4	5
As incubadas são, em sua maioria, sem fins lucrativos	2	5
A relação entre ambas parte de - e tem como meta - o desenvolvimento econômico e cultural de uma região	4	3
Recursos oferecidos pela incubadora podem ser compartilhados por mais de uma empresa incubada	5	4
Equipe da instituição trabalha exclusivamente para os incubados	4	3
Tempo médio de permanência das incubadas é de três anos	4	3
A parceria pode se estender além do prazo e do produto/obra/ serviço cultural especificamente desenvolvido na incubadora	4	4

Codificação: 1 Nada 2 Pouco 3 Razoavelmente 4 Muito 5 Totalmente

7.3 Análise comparativa a partir das proposições

Nesta seção, vamos reler o mapeamento da comparação entre os processos de incubação analisados no Brasil e no Canadá a partir das proposições estabelecidas ao final de cada capítulo desta tese.

Do capítulo 2, a interface institucional de uma incubadora artístico-cultural se dá pela relação entre o governo, o mercado, o artista e a comunidade, que se constituem vetores importantes, evidenciados a partir do desdobramento da análise, que parte das seguintes retenções sobre a economia do aprendizado (capítulo 3):

- i) *Compreender a diversidade cultural como um dos instrumentos importantes para a detecção e manifestação de nichos e/ou viveiros artísticos e, neles a ocorrência de alguma das lógicas econômicas apontadas por Bourdieu.*

Se a importância da *diaphonia* gerada pela diversidade cultural é crucial para o estabelecimento de políticas públicas na área da cultura, em especial em países como o Canadá e o Brasil, que lutaram pela aprovação da convenção da diversidade no âmbito externo e, no interno, adotam políticas de promoção e proteção dessa diversidade, a presença de nichos e viveiros artísticos será um elemento importante não só para a consolidação dessa diversidade, mas também como princípio de desenvolvimento econômico pelo viés da cultura. Contudo, a presença dos nichos e viveiros corre o risco de ser submetida a uma lógica de 'reserva de valor' a serviço de uma lógica econômica que se sobrepõe a cultural e almeja resultados de curto prazo sem se comprometer com o risco artístico.

No estudo apresentado, percebe-se que as incubadoras artístico-culturais operam de maneira distinta essa lógica da diversidade associada à dupla lógica econômica. A incubadora Gênesis considera as especificidades do empreendedor artístico e cultural e, em seu processo de incubação, procura exatamente detectar, através dela, os nichos de mercado e a preparação desse empreendedor para uma ação mais eficaz e eficiente. No caso do MAI, o foco recai sobretudo no aperfeiçoamento do trabalho artístico o qual, *ex-ante*, como apontou Benhamou, já tem o seu financiamento garantido, sem precisar recorrer às incertezas do mercado, mas apenas encontrar, no rol de instituições públicas de subvencionamento cultural existentes no Quebec, aquela que poderá financiar o seu trabalho.

Unidas as experiências das duas incubadoras, elas operam, cada uma a seu modo, seus problemas de dependência relacionados aos dois pólos apresentados por Bourdieu em sua dupla lógica econômica. Uma com foco prioritário no mercado, buscando minimizar o risco artístico; outra na subvenção pública, procurando incorporá-lo.

Emerge o primeiro subsídio para um modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais:

a) Conciliar a dupla lógica econômica de Bourdieu no espaço da incubadora. Pois ao mesmo tempo que abriga as potencialidades culturais propiciadas pela diversidade em seus nichos e viveiros artísticos (Ménard, Benhamou), a incubadora deve funcionar como núcleo de aprimoramento e experimentação dessa arte, mas, partindo exatamente dessa premissa, procurar entender o mercado referente à obra artística em questão e encontrar a melhor forma de divulgar e difundir o trabalho, sem o risco de reduzi-lo somente à dimensão econômica, mas incluindo essa discussão em etapa posterior à criação.

ii) Aprender e inovar e não simplesmente adquirir novas tecnologias e equipamentos ou acessar informações, sob o risco de não explorar adequadamente as possibilidades de seu know how, know who e conhecimento tácito. Considerar a inovação, uma vez inerente ao processo artístico e associada ao caráter criativo da ocupação artística, em sua condição de presença, certificação e proteção (como propriedade intelectual e direito autoral), mas também as condições para sua criação.

Uma das questões apontadas pelo mapeamento diz respeito ao alto grau de conhecimento tácito que estará presente em um processo de economia de aprendizado, notadamente aquele relacionado às incubadoras e, sem dúvida, no que tange às incubadoras artístico-culturais, uma vez que as empresas culturais ou artistas envolvidos muitas vezes não conseguem dissociar seu fazer artístico de uma ação no mercado e esta acaba, por vezes, a subjugar aquela.

Essa aliás foi uma das dificuldades apontadas na revisão de literatura. Ciente dessa lacuna, a incubadora se antecipa na oferta do que seja necessário fazer, estabelecendo uma relação apenas na dimensão do *know-who* (crítica reiterada, inclusive, pela literatura referente ao modelo tradicional de incubadora), oferecendo uma gama de especialistas, mas sem mensurar, de maneira ampla, as demandas informacionais geradas pelos incubados durante o processo de incubação. A Gênese procura estabelecer uma série de mecanismos para aprimorar ao máximo a facilitação da visão de mercado junto ao empreendedor – o qual mesmo assim, como verificado, não usufrui plenamente dos cursos e recursos oferecidos.

No MAI, a partir da demanda artística apresentada, as condições de trabalho serão analisadas, avaliadas e, por fim, concedidas – o que não impede, como verificado, que, mesmo numa estrutura de incubação bem diferente da Gênese, o artista não consiga dissociar seu processo criativo dos processos necessários à sua criação e sua demanda se confunde.

Emerge assim outro subsídio para nosso modelo de sistema de informação:

b) Considerando o conhecimento tácito típico do processo de inovação artística (termos quase redundantes entre si), a incubadora pode funcionar como provedora daquilo que seja necessário ao artista em seu processo de criação – o que inclui recursos humanos, como especialistas, e materiais, como salas para ensaio ou equipamentos. A dimensão do mercado pode ser incluída nesses mesmos termos (consultores, especialistas) mas como etapa posterior, como visto no item anterior. Uma incubadora artístico-cultural e,

conseqüentemente, um serviço de acompanhamento/monitoramento, deve atuar para auxiliar o artista no processo de criação e divulgação de sua obra, mas não, obviamente, criar por ele.

iii) Promover e gerar localmente processos que estimulem o aprendizado e acumulação de conhecimentos e, acrescentaríamos, divulgar em que medida esse conhecimento circula dentro do próprio ambiente da incubadora, especialmente a artístico-cultural, uma vez que ela pode se diferenciar das outras exatamente por permitir maior diversidade de artistas e não o foco em um produto industrial no qual, por exemplo, um valor tecnológico de patente é que será relevante.

Esse desafio foi confirmado pela experiência da incubadora Gênesis, que, no entanto, não funciona como um núcleo de difusão de seus incubados. O que já não ocorre com relação ao MAI, uma vez que ele se estrutura como um centro cultural que oferece propostas de incubação artística. No caso da Gênesis, com foco prioritário no mercado, a preocupação se evidencia no convite a especialistas que tratem de problemas comuns às empresas e também na preocupação em fazer a ligação das demandas dos incubados junto à produção de conhecimento na universidade na qual se insere. No caso do MAI, com foco prioritário no fazer artístico, e em especial no fazer artístico intercultural, a preocupação é que o lugar se torne um espaço de pesquisa, experimentação, difusão, encontro e troca de informações sobre a arte intercultural.

Chegamos ao terceiro subsídio:

c) Uma característica necessária à incubadora cultural será a presença de um livre jogo de idéias e criações, de caráter não-inclusivo, mas compartilhado de soluções para o auxílio à criação e à difusão do trabalho. Se no âmbito das tecnológicas, a “expertise é exclusiva” e a dimensão é homogênea, no que diz respeito às culturais, tem-se o contrário: como encruzilhada de *diaphonias* artísticas provenientes da diversidade cultural do território em que se encontra, essa própria diversidade torna-se não a única, mas a principal âncora de atração de uma incubadora artístico-cultural, seja pela possibilidade compartilhada entre artistas e produtores distintos de obras artísticas, seja pelo caráter diferenciado da possibilidade de difusão dessas produções no seio da própria incubadora – um “ativo” localizado e exclusivo das incubadoras artístico-culturais – que pode servir como referência à comunidade em seu entorno.

iv) Definir o perfil predominante de uma incubadora artístico-cultural: se sua ênfase recai na instituição (empresas tradicionais, como artesanato, por exemplo, complexas ou grandes empresas); se há uma ênfase no mercado (cadeia produtiva: dirigidas pelo comprador – empresas mais negociantes que fabricantes; organizador de redes produtivas descentralizadas ou dirigidas pelo produtor, normalmente grandes corporações e, novamente, os riscos da glocalização) ou se ela prioriza uma ênfase em território (ou seja, ativos, incluindo práticas e relações, não estão disponíveis em outros lugares e não podem ser facilmente ou rapidamente criadas ou imitados em lugares que não as tenham).

No mapeamento estudado, percebe-se que, no caso brasileiro, algumas das incubadoras recaem na instituição tradicional do artesanato, mas, no caso das incubadoras analisadas, cada uma a seu modo opera dentro de uma ênfase de território: a Gênesis na perspectiva de como algumas peculiaridades culturais (como trabalhos em bambu) podem significar um diferencial no mercado. O MAI, em como capitalizar as práticas e relações interculturais, que são fortes no multiculturalismo que caracteriza Montréal, em torno de seu projeto artístico institucional e de residência.

De onde podemos destacar que (quarto subsídio):

d) A incubadora artístico-cultural deve priorizar sua ênfase territorial, procurando detectar práticas e relações exclusivas de seu entorno no que tange aos estímulos criativo e inovativo da incubadora, colocando novamente em segundo plano, mas não descartando, a possibilidade de inserção da produção/obra/serviço cultural em um contexto de cadeia produtiva.

v) Detectar as possibilidades de acesso ao crédito e ao financiamento, não só no que diz respeito às, PMEs – “o empreendedor sem crédito” – envolvidas na incubação cultural, mas também os vetores de financiamento da própria incubadora.

A discussão sobre crédito e financiamento, nos dois casos examinados, evidencia a importância do papel do setor público na subvenção a esse tipo de iniciativa. Na Gênesis, o financiamento serve como suporte indispensável à manutenção de parte, por exemplo, dos recursos humanos envolvidos na incubadora. No MAI, ela está por trás de toda a estrutura da instituição. Como vetores de financiamento, a Gênesis atinge a auto-sustentabilidade sobretudo no condomínio pago pelas incubadas. O MAI, embora se configure com local não

só de incubação, mas de exercício e da prática artística, não consegue manter-se financeiramente apenas com a renda obtida pela bilheteria ou aluguel de espaços.

Cenário que nos leva a um quinto subsídio:

e) Uma incubadora artístico-cultural deve buscar o apoio da subvenção pública, mas procurar não se limitar a ele, buscando fontes alternativas de financiamento e de auto-financiamento – especialmente pela destacada possibilidade de promoção e difusão cultural decorrente de seu espaço.

Do capítulo 4, diante das questões referentes às peculiaridades econômicas das obras de arte e da subvenção, temos que:

vi) A incubadora artístico-cultural apresenta existência de grupos ou artistas ligados à produção de obras únicas ou também inclui aqueles de obras múltiplas – em ações que não fiquem reduzidas ao marketing, mas considerem, em um primeiro nível, a mercantilização e a industrialização. Em cada uma, pode ainda ocorrer o contraponto ofício/mercadoria cultural x obra de arte, subordinadas a diferentes e variáveis escalas de produção.

No caso das incubadoras analisadas, foi apresentado que, enquanto a Gênese incorre mais nos exemplos artísticos ligados às obras de arte reproduzíveis (editorial, audiovisual), o MAI trabalha com as obras de arte únicas, como as artes visuais e, principalmente, as performáticas. Neste, evidencia-se uma estratégia mais de mercantilização, enquanto naquela predomina a industrialização (que inclui a mercantilização). No caso da Gênese, por não ser uma incubadora exclusivamente artística, mas por abrigar ações de incubação cultural, também fica mais evidentes a ocorrência dos ofícios e da mercadoria cultural – como, por exemplo, no trabalho do *design* de jóias, evidenciando ainda um maior trabalho de escala. No MAI, produções de caráter intercultural e experimental, que tendem à unicidade, dada a predominância das artes performáticas.

Assim, no sexto subsídio inferimos que:

f) Uma incubadora artístico-cultural pode abrigar empresas de natureza e gênero diversos, dentro do escopo da diversidade de sua ação. Contudo, as diferentes peculiaridades econômicas relacionadas às obras de arte incubadas vão demandar ações específicas da incubadora na assistência e no acompanhamento junto às empresas incubadas.

vii) A Economia da Cultura em seu aspecto de documentação econômica da vida cultural, através da reunião de dados, estudos e diagnósticos sobre cadeias produtivas, produzidos pela iniciativa privada ou pelo poder público e ainda os desafios do financiamento público.

A incubadora Gênesis lança mão dos diagnósticos possíveis para a compreensão do mercado cultural em que se encontra, bem como de parceiros junto às iniciativas privada e pública na obtenção dessas informações e mesmo de financiamentos. O MAI recorre a diagnósticos próprios e à subvenção pública.

De onde se tem o sétimo subsídio:

g) Espécie de complemento ao subsídio 4, uma incubadora artístico-cultural deve buscar toda informação existente em diagnósticos e indicadores culturais, em especial aqueles referentes ao cenário em que se encontra, na busca pelo entendimento e pela compreensão de possíveis APLs, *filieres* e cadeias produtivas de sua região, bem como dos sistemas possíveis de subvenção pública nas esferas federal, provincial ou municipal, além da verificação da iniciativa privada. Deve ainda, se possível, produzir ou co-produzir os seus próprios diagnósticos.

iii) Por isso, uma distinção profissional deve ser aprimorada para conduzir o financiamento público – e pode advir, como sugerido por Markusen ao final do capítulo 3, da análise ocupacional dos artistas – o que remete até mesmo à maneira como eles são classificados, indexados e ordenados, por exemplo, no Código de Ocupação Brasileiro (COB), o que inclui as considerações de Abbing, Benhamou e Frey sobre a ocupação artística.

Pouca exploração dos cursos oferecidos, choque de horários, confusões no papel concernente à incubadora, é essa situação encontrada nas incubadoras. Razões apresentadas pela Gênesis e MAI, que se referem à importância do conhecimento mais detalhado acerca do perfil do artista e/ou empreendedor que se submete a um processo de incubação. Aspecto que irá refletir diretamente no fluxo informacional da incubadora.

Assim, temos a sugestão para o oitavo subsídio:

h) O artista que procura uma incubadora artístico-cultural se submete aos desafios de uma jornada dupla, pois o espaço da incubadora é um espaço de potencialização de seu produto,

obra ou serviço artístico. Essa questão pede uma relação também de mão dupla: cabe ao artista ter ciência e compromisso com a rotina de produção à qual ele irá submeter-se e, à própria incubadora artístico-cultural, um maior conhecimento do perfil profissional desse artista/empreendedor, dada, como visto, a variedade de particularidades que podem estar associadas aos bens artísticos, tanto do ponto de vista econômico quanto do estético. Quase como recomendação específica à parte dos itens “d” e “g”, um diagnóstico do perfil profissional do artista brasileiro, mas, mais propriamente, daqueles que habitam o entorno da incubadora artístico-cultural, será altamente recomendável, bem como o aprimoramento do ambiente informacional interno da incubadora.

O último apontamento do capítulo se refere à verificação, em linhas gerais, dos modelos de relação entre governo e cultura, *se um modelo anglo-saxão, pouco intervencionista no financiamento cultural ou a predominância de um modelo mais latino, europeu-meridional, que prevê uma presença maior do Estado nas ações culturais*. A resposta à essa discussão servirá para introduzir as proposições finais desta análise: *a maneira como as políticas do Brasil e do Canadá trabalham a questão da incubação cultural e, nela, as inter-relações com a política cultural dos dois países, incluindo-se a verificação da ocorrência da diversidade cultural – principal instrumento que uniu os dois países no campo político da cultura*.

No que se refere aos modelos de política cultural, temos que tanto o caso brasileiro como o quebequense se caracterizam por uma presença maior do Estado nas ações culturais – mas, sem dúvida, no caso brasileiro há uma delegação das instâncias de decisão ao setor privado através, por exemplo, do mecanismo da renúncia fiscal. Caberá aos departamentos de *marketing* das empresas interessadas avaliarem ou não a pertinência do projeto cultural aos seus negócios ou à imagem de seus negócios – aspecto importante, que se configura em uma das possibilidades de ação da Gênese junto aos seus incubados artístico-culturais na busca por financiamentos a seus projetos.

No caso quebequense, verifica-se quase que o extremo oposto: existe a preocupação de maior presença do governo ao longo das instâncias de fomento à cultura, e pouca participação do setor privado (que pode comparecer através de um mecanismo de renúncia fiscal, o *crédit d'impôt*, mas que é voltado apenas para empresas culturais e com fins lucrativos). No Quebec, o processo de incubação artística, caracterizada como residência temporária, é apenas uma das iniciativas do Calq, o qual, contudo, não abriga as iniciativas de residência, mas as delega para uma série de organizações sem fins lucrativos voltadas para o fomento, a produção e a difusão da cultura quebequense. Mesma estratégia adotada pela Sodec, mas contextualizada não em relação ao artista, mas à empresa cultural do livro, do disco, do cinema e do artesanato.

No Canadá o tema da diversidade cultural é um aspecto importante para reforçar o projeto federativo do país, enquanto que no Quebec é um instrumento que reitera a identidade e a cultura francófonas na América, dentro de uma perspectiva histórica que ganhou força a partir da década de 1960, época em que a cultura obteve prioridade política no Quebec. De qualquer forma, privilegiam-se iniciativas que contribuam para esse ambiente de convivência multicultural, dentre as quais, no caso de Montréal, por exemplo, encontra-se a proposta do MAI, marcada, inclusive, pelo abrigo de experiências anglófonas e francófonas.

A diversidade cultural no Brasil, por sua vez, evidente na comunidade e nos artistas, só recentemente, como detalhado no capítulo 5, foi destacada como preocupação de governo, em especial a partir da gestão do ex-ministro Gilberto Gil, que criou até uma secretaria para o assunto e, dentre as várias outras iniciativas decorrentes do governo vinculadas ao tema, encontram-se a dos Pontos de Cultura. A partir dos subsídios gerados pela investigação comparativa entre as duas incubadoras, no mapeamento e na análise, estabeleceremos um esboço de proposição para modelo de sistema de informação para incubadoras artístico-culturais.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa hipótese foi a de que, apesar de distintas entre si, as experiências canadense e brasileira pudessem gerar um modelo híbrido de proposição de sistema de informação artístico-cultural para incubadoras desse gênero, hipótese confirmada, ainda mais quando confrontada, como veremos adiante, com os atores institucionais de seu “mundo da arte”.

No caso brasileiro, verificou-se que esse tipo de incubação possui dois aspectos: o primeiro deles destaca ações de integração social através da arte e o segundo, em menor grau de ocorrência, faz a transposição do modelo tradicional de incubação para o setor cultural. A Gênese, uma das incubadoras desse setor, inclui processos de incubação artística mais voltados a empresas culturais envolvidas com a produção artística de obras reproduzíveis. A ênfase dessa incubadora, financiada em parte pelo Estado, recai mais sobre a compreensão, o monitoramento e o entendimento do mercado cultural do que propriamente a experimentação artística.

O caso canadense, ao contrário, não apresenta experiência de incubação tradicional acoplada ao caso artístico – salvo uma incubadora de moda e as incubadoras tecnológicas que, em algum momento, desenvolvem *softwares*, dentre outros produtos, para setores da indústria cultural. Em contrapartida, e em especial, no caso do Quebec, vários centros culturais, vinculados diretamente ou não a todas as esferas do governo, e mesmo cooperativas de artistas, oferecem o que chamam de incubação como “residência artística temporária”. É sob esse termo que entendem uma incubação artística, na qual o principal foco é o fazer artístico e não o posicionamento do seu resultado no mercado. A experiência do MAI confirma esse ponto: subsidiada em sua quase totalidade pelo Estado, reúne mais os processos de incubação artística desenvolvidos pelas pessoas físicas – os próprios artistas – enfatizando as obras de arte únicas, como as artes visuais e performáticas. Por sua vez, empreendimentos culturais encontram, no caso do Quebec, uma linha de financiamento direta através da Sodec.

Confrontadas, as duas experiências à luz da discussão econômica sobre o aprendizado e a cultura, complementam-se e apontam alguns subsídios a serem considerados em um sistema de informação artístico-cultural para incubadoras. Tais resultados, uma vez justapostos àquelas características listadas na TAB 17, podem aprimorar a modelização desse sistema de informação artístico-cultural nos seguintes tópicos:

- Conciliar a dupla lógica econômica de Bourdieu no espaço da incubadora, como espaço que detecta e acolhe os viveiros artísticos;
- Apoio à potencialização do conhecimento tácito do artista para sua criação e, posteriormente, para a divulgação de seu trabalho;
- Caráter diferenciado e diversificado de incubação, que privilegia o conhecimento compartilhado e a exclusividade de suas práticas e ações;
- Monitoramento territorial, evidenciando não só as peculiaridades do entorno, mas as possibilidades artísticas evidentes ou implícitas – o que pode incluir o acesso ou a produção de diagnósticos e indicadores culturais, em especial aqueles voltados para diagnósticos de APLs e *filières* culturais ou à ocupação artística
- Recorrência à subvenção pública como eixo de uma política cultural que invista em inovação através da arte, mas também exame das condições que possam levar à auto-sustentabilidade.
- Abrigo de empresas e artistas de natureza, gênero e estágios diversos, que reiteram o escopo da diversidade cultural de sua ação, mencionada anteriormente, com atenção às diferentes peculiaridades econômicas e estéticas relacionadas às obras de arte incubadas. Tais peculiaridades podem determinar o tempo de incubação entre um e três anos.
- A parceria pode-se estender além do prazo e do produto/obra/ serviço cultural especificamente desenvolvido na incubadora.

Considerando-se ainda as experiências em políticas culturais abordadas e, em retrospectiva, voltando-se à hipótese deste trabalho, associamos essa proposição híbrida aos quatro atores da interface institucional de uma incubadora artístico-cultural. Assim, podemos detalhar ainda mais nossa proposição geral e descritiva de um modelo de sistema de informação artístico-cultural ao considerar os seguintes itens:

Governo

- política pública de cultura mais incisiva, inclui, mas não se restringe a incentivos fiscais (como no caso brasileiro e, no caso das incubadoras, através do MinC e também MCT, além de outras instâncias em nível municipal e estadual);
- Inclusão, na política de centros e demais equipamentos culturais, de ações de incubação cultural mais freqüentes, incluindo-se aí possíveis perspectivas de mercado e a residência artística, ou seja, *centros culturais como incubadoras artístico-culturais*.

Mercado

- Capacitação técnica dos envolvidos na incubadora;
- Inclusão das peculiaridades detectadas nos bens culturais, estéticas, econômicas e nesta, se for o caso, informacionais;
- Diversidade cultural como “ativo” ligado ao território e ao desenvolvimento regional;
- Estratégias de financiamento e autogestão, que podem incluir, dada a peculiaridade da incubação cultural, um espaço para difusões artísticas, ou seja, *incubadoras artístico-culturais como centros culturais*.

Artista

- abertura para a compreensão econômica da natureza estética de seu produto/obra;
- em ocorrência de ação paralela à atividade artística, entendimento de tipos de práticas que possam servir como complemento à criação e à função artística (as duas dimensões podem assim ser consideradas numa incubadora: a de um artista que quer negociar o seu produto no mercado, como também aquele que quer aperfeiçoar artisticamente a sua obra – conseqüentemente, presença de vários níveis da formação artística).

Comunidade

- assimila o “valor de prestígio” à incubadora;
- reflete sua diaphonia, em especial a *diaphonia* artística, nos artistas/empresas incubadas: proximidade dos valores de identidade social, econômica e cultural da comunidade na qual se insere;
- diversificada em seu papel enquanto público: fruidor, consumidor e programador.

Essa proposição híbrida aplicada ao atores institucionais do “mundo da arte” evidencia, por fim, como a informação é onipresente em ambos os processos de incubação artística analisados. A começar pelo estágio de seleção dos incubados, por exemplo, o qual não prescinde da análise de projetos, documentos e dados acerca da concepção artística e/ou mercadológica do incubado, seu tempo de experiência e perfil profissional, dentre outros aspectos. O monitoramento do mercado através de diagnósticos, estudos e indicadores, bem como das possibilidades de financiamento junto ao setor público e privado a partir do exame de editais e leis também se constituem como outra importante diretriz informacional crucial à incubadora.

Uma vez dentro do processo de incubação, fontes de informação, especialmente internas, serão importantes para o bom entendimento e trabalho entre incubadoras e

incubados. Essa relação terá, de um lado, peso maior não só daquelas fontes internas, mas também pessoais de informação, quando evidenciado o processo de criação e execução artística: o acompanhamento face-a-face será indispensável nesse momento. Por outro lado, quando evidenciado o processo mercadológico de incubação artística, o acompanhamento poderá ser feito à distância, propiciando um maior equilíbrio entre as fontes internas e externas de comunicação – em que pese uma possível crítica aos processos de incubação virtual. O caráter presencial de acompanhamento, assim, também se revela importante mesmo durante o processo de viés mais mercadológico.

Ao final da incubação, um exercício de monitoramento do desempenho do incubado também se torna relevante. De um lado, irá gerar novas informações e dados que podem ser incorporados, pela incubadora, para o aprimoramento de seu processo de incubação. De outro, pelo vetor artístico, a informação evidencia-se através da necessidade de criação de uma rede de difusão do espetáculo gerado para um posicionamento eficaz junto à comunidade, ao público de modo geral e ainda junto à imprensa. Constatou-se também que, mesmo aqueles artistas que já passaram pelo processo de incubação, foram reincidentes na solicitação desse tipo de serviço informacional oferecido pela incubadora. Da mesma forma, o acompanhamento do desempenho do incubado após sua passagem pela incubadora – através de relatórios, entrevistas ou mesmo outras formas de contato face-a-face – será importante para verificar e ajustar o desempenho do novo empreendedor ao mercado que almejou. Afinal, o sucesso da incubada nessa etapa equivale de maneira diretamente proporcional ao sucesso da incubadora.

Esses elementos, integrantes do sistema de informação artístico-cultural proposto a partir do hibridismo gerado pelas duas experiências de incubação artística, podem ser resumidos no quadro a seguir.

Quadro 12 - Sistema de informações para modelo híbrido de incubação artística

	Implantação	Crescimento e consolidação	Desincubação
Vetor Artístico	Currículo profissional; Portfolio;	Fontes pessoais, como especialistas e técnicos da incubadora (funcionários)	Difusão da obra e/ou serviço cultural (<i>releases, clippings</i> etc)
	Relatórios de instituições culturais diretamente envolvidas no mundo da arte da incubadora (perfil artístico da instituição e dos artistas que nela atuam)	Fontes pessoais, como especialistas e técnicos fora da incubadora (consultores e diretores artísticos, por exemplo)	
		Fontes impessoais, como base de dados	
		Fontes pessoais como o público	
Vetor Mercadológico	Documentos, leis e editais sobre financiamento público e privado. Valores das obras.	Fontes pessoais internas como especialistas e técnicos da incubadora (<i>marketing</i> , direito autoral, plano de negócios etc)	Monitoramento por meio de relatórios, entrevistas, conversas pessoais.
	Produção ou consulta junto a APLs, <i>filiêres</i> , pesquisa de mercado, cadeias produtivas ligadas ao setor cultural e análise ocupacional do artista	Fontes pessoais como especialistas e técnicos fora da incubadora (contudo presentes no ambiente em que ela se desenvolve, como professores da universidade, por exemplo). Fontes externas	

Por fim, uma biblioteca ou acervo de uma incubadora artístico-cultural poderia trazer obras que tanto servissem à ênfase mercadológica (modelos de contratos, relatórios do mercado cultural, obras de marketing cultural, direito autoral, dentre outros), como também à artística (história da arte, processos criativos e técnicos). Um bom acervo pode, inclusive, funcionar como outra fonte de atração da comunidade para dentro da incubadora. Assim, a comunidade pode estar presente não só através da possibilidade de incubação dos artistas e/ou empreendedores culturais que a integrem ou ainda da oportunidade de assistir a um espetáculo ou palestra, mas também como usuário de uma biblioteca especializada nessa interseção entre arte, economia e cultura.

Um modelo de sistema de informação, como o artístico-cultural aqui proposto, aponta que, após a descrição das modalidades, emergem as possibilidades para estudos futuros nessa área. Dentre os quais, destacamos:

- Um estudo dos arranjos produtivos locais culturais no Brasil a partir, por exemplo, dos casos que vêm sendo trabalhados pelo Sebrae, na busca por novos indicadores culturais para as incubadoras;
- Um trabalho de análise crítica, pelos critérios da ciência da informação, ao facetamento das profissões culturais presentes no Código Brasileiro de Ocupação, importantes para o diagnóstico do dividendo artístico gerado no país⁴⁴. Pode-se pensar, inclusive, em um estudo comparado ao facetamento apresentado pelo OCCQ em 2004.
- Um levantamento comparativo das proposições do modelo de sistema de informação artístico-cultural apresentado junto a outras experiências artístico-culturais do país desenvolvidas em duas frentes: uma análise do programa Pontos de Cultura, existente desde 2003, cuja configuração institucional parece aproximar-se da idéia proposta das incubadoras artístico-culturais, e ainda
- Um panorama descritivo das incubações artísticas, entendidas como residência artística, que sejam oferecidas em alguns centros culturais e similares no país⁴⁵.
- O trabalho proposto também pode servir de base ao seu exercício de demanda mais imediato, que é o de avaliar as necessidades de informação das empresas

⁴⁴ O primeiro esboço de análise foi apresentado pelo autor ao grupo de Economia da Cultura da Face/UFMG em março de 2008 a partir de trabalho desenvolvido pelo grupo.

⁴⁵ Alguns exemplos, não muitos, podem ser citados, como o programa da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP/SP); Fundação Iberê Camargo (BA); Instituto de Arte do Pará (PA) e Museu de Arte da Pampulha (MG). Mas, no momento em que esta tese é finalizada, a Funarte anuncia um programa amplo, inédito e em parceria, precisamente, com os Pontos de Cultura. Trata-se do programa *Interações Estéticas*, lançado em setembro deste ano. Com inscrições abertas até o dia 20 de outubro, o programa consiste exatamente em promover residências artísticas nos Pontos de Cultura. Artistas contemporâneos de diversos segmentos podem desenvolver trabalhos integrados a ações de quaisquer Pontos de Cultura, mas de acordo com a demanda dos Pontos. O investimento total é de R\$ 2,09 milhões, distribuídos em prêmios individuais que variam de R\$ 15 mil a R\$ 90 mil.

incubadas em incubadoras artístico-culturais, de modo a se obter uma visão complementar à questão.

Muito antes de ser um estudo conclusivo na discussão sobre incubadoras artístico-culturais, este trabalho pretendeu apontar parâmetros de contribuição inicial à discussão do tema, incipiente no Brasil, mas que guarda algumas peculiaridades e potencialidades de uso. Nesse sentido, concordamos com Zardo e Dib (2005), para as quais formar empreendedores ou ajudar a construir novos empreendimentos, em especial nas áreas artística e cultural é uma tarefa maior que simplesmente profissionalizar alguém. “Significa disponibilizar ferramentas de transformação, não apenas em termos pessoais, mas especialmente em termos sociais” (Zardo e Dib, 2005, p. 11).

Destarte, a proposição de um sistema de informações, a partir de duas experiências distantes e distintas de países que, contudo, têm muito em comum, contribui para o aprimoramento da discussão dos indicadores culturais neste emergente campo da incubação, artística e cultural. Proposta que vislumbra a possibilidade de fluxo contínuo, bicameral, ou até mesmo, diria, policameral, que reflete e projeta a experiência e a proximidade de práticas e afinidades em suas diversidades de cultos, colonizações e culturas.

REFERÊNCIAS

ABBING, Hans. Support for artists. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 437-443.

ACHUGAR, Hugo. A política cultural no acordo Mercosul. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v8n20/v8n20a21.pdf>> Capturado em 18 de fevereiro de 2007. Palestra feita em 11 de novembro de 1993 e publicada em São Paulo: Estudos Avançados da USP 8 (20), 1994, p. 215-229.

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. São Paulo: Jorge Zahar, 1986.

AGUIAR, Afrânio Carvalho. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. *Ciência da Informação*, v. 20, n.1, p. 7-15, jan/jun. 1991.

ALLEN, Bryce. *Information tasks - toward a user-centered approach to information systems*. San Diego: Academic Press, 1996. (Library and Information Science Series).

ALLEN, Scott J. Creative cities and the cultural economy/les villes creatives et l'economie culturelle – concepts and policy issues. Conferência. Fairmount Hotel Château Laurier, Ottawa: *International Symposium Creative Construct*, 30 de abril de 2008

ALLIANCE NUMÉRIQC. *Mandat et mission*. Capturado do site <<http://www.alliancenumerique.com/index.html>> em 13 de agosto de 2008.

ALMINO, João. *O segredo e a informação : ética e política no espaço público*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

ANDRADE, Maria Eugênia Albino. *A informação tecida na moda: o campo das micro e pequenas indústrias do vestuário em Minas Gerais*. Rio de Janeiro: IBICT, 2000. Tese. Orientação: Regina Maria Marteleto.

ANPROTEC. 140 milhões de reais para 240 incubadoras. Capturado do site <<http://www.anprotec.org.br/locus33/especial.htm>> em 26 de setembro de 2003.

ANPROTEC. *Anprotec 20 anos – A aventura do possível*. Anprotec: Brasília, 2007.

ANPROTEC. *Panorama 2004*. Anprotec: Brasília, 2005. Disponível em <http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/panorama_final_pdf_09.pdf>. Acesso em 20 de setembro de 2006.

ANPROTEC. *Panorama Anprotec 2005*. Anprotec: Brasília, 2006.

ANPROTEC. *Panorama Anprotec 2006*. Anprotec: Brasília, 2007.

AOUDIA, Karima e CHAREST, Francine. Analyse comparee des politiques culturelles du quebec et la france. Comunicação de trabalho. Montreal: UQAM, abril de 2004.

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1999. 3 ed. p. 311-327.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários: uma abordagem na linha ICS. In.: REIS, Alcenir Soares dos e CABRAL, Ana Maria Rezende. *Informação, Cultura e Sociedade – interlocuções e perspectivas*. Belo Horizonte: Novatus, 2007, p.81-100.

ARAÚJO, Vânia Maria Rodrigues Hermes. Sistemas de informação: nova abordagem teórico-conceitual. *Ciência da Informação*, v. 24, n.1, p. 54-76, Janeiro/abr.1995.

AROCENA, Rodrigo e SUTZ, Judith. Conhecimento, inovação e aprendizado: sistemas e políticas no Norte e no Sul. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p. 405-428.

BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Acesso e necessidades de informação de profissionais brasileiros: um estudo exploratório. *Perspectivas em Ciência da Informação*. Belo Horizonte, v. 2, n. 1, jan./jun.1997, p. 5–35.

BARROS, José Márcio. Cultura, diversidade e os desafios do desenvolvimento humano. In.: BARROS, José Márcio (org.): *Diversidade cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 15-23.

BAUMOL, William J. *Applied welfare economics*. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 20-31.

BEAUCHEMIN, Jacques. O que é ser quebequense: entre a preservação de si e a abertura do outro. IN: GAGNON, Alain-G. *Estado e Sociedade no Quebec*. Porto Alegre: UFRGS, 2003, p. 19-38. Tradução de Zilá Bernd.

BECKER, H.S. *Art worlds*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1982.

BENHAMOU, Françoise. Artists' labour markets. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 69-75.

BENHAMOU, Françoise. *Economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007. Tradução de Geraldo Gerson de Souza.

BENJAMIN, Walter. A doutrina das semelhanças. In: *Obras escolhidas – magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura* Obras escolhidas, volume I. São Paulo: Brasiliense, 1994 (a). p. 108-113. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras escolhidas – magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura* Obras escolhidas, volume I. São Paulo: Brasiliense, 1994 (b). p.165-196 Tradução de Sérgio Paulo Rouanet.

BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de história. In: *Obras escolhidas – magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura* Obras escolhidas, volume I. São Paulo: Brasiliense, 1994 (c). p. 222-232. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet.

BERGER, Peter, LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1985.

BERND, Zilá. Americanité: les transferts du concept. *Interfaces - Revista da Associação Brasileira de Estudos Canadenses*. Porto Alegre: UFRGS, Abecan, v.1, n.2, 2002, p. 9-26.

BÉRNIER, Gérard. De la tradition a la modernidade em treinta anos: el modelo económico de Quebec. In: MARTIN, Pierre; NOEL, Alain e STEVENSON, Brian J.R. (coords.): *Interpretaciones de la Quebec contemporânea*. México: Miguel Angel Porria Parmec, 1996, p. 33-54.

BONET, Lluís. Indústrias culturais e desenvolvimento na Ibero-América: antecedentes para um debate. In. CANCLINI, Nestor Garcia (org.): *Culturas da ibero-américa: diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento*. São Paulo: Moderna, 2003, p. 263-309.

BONNY, Yves. Réflexions sur les identités culturelles et la postmodernité. In: OUELLETTE, Françoise-Romaine e BARITEAU-ACSALF, Claude (org.). *Entre tradition et universalisme*. Québec: Institut Québécois de Recherche sur la Culture, 1994.

BOOTH, Wayne C; COLOMB, Gregory G. e WILLIAMS, Joseph M. *A arte da pesquisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BORGES, Jorge Luís. *Sete noites*. São Paulo: Max Limonad, 1987. Tradução de João Silvério Trevisan.

BOSI, Alfredo. *Dialética da colonização*. São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

BOTELHO, Isaura *Antecedentes da diversidade cultural*. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/politicas/identidade_e_diversidade/index.php?p=1591&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 24 de maio de 2005.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.

BOURDIN, Alain. *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRANDÃO, Jacyntho Lins. *A tradição da diversidade cultural - ensaio de tipologia*. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/politicas/identidade_e_diversidade/index.php?p=1591&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 24 de maio de 2005. Posteriormente publicado em LOPES, Antônio Herculano e CALABRE, Lia (orgs.). *Diversidade cultural brasileira*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005, p. 47-88.

BREEN, Marcus. Informação não é conhecimento: teorizando a economia política da virtualidade. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 157 - 171, jul./dez. 2001.

BRUNI, José Carlos. O tempo da cultura em Nietzsche. *Revista Ciência e Cultura.*, Oct./Dec. 2002, vol.54, no.2, p.33-35. Também Disponível em <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252002000200026&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 16 de abril de 2006.

BUCKLAND, Michael K. Information as thing. *Journal of the American Society for Information Science*. v. 42, n. 5, p. 351-360, 1991.

CABI. List of incubators in Canada. Cabi: Toronto, 2008. Disponível em <<http://www.cabi.ca/docs/2008-Incubators-in-Canada-List.pdf>>. Acesso em 10 de junho de 2008.

CABRAL, Ana Maria Rezende. A ciência da informação, a cultura e a sociedade informacional. In.: REIS, Alcenir Soares dos e CABRAL, Ana Maria Rezende. *Informação, cultura e sociedade – interlocuções e perspectivas*. Belo Horizonte: Novatus, 2007, p.29-48.

CALQ. Conseil des arts et des lettres du Québec. Disponível em <<http://www.calq.gouv.qc.ca/index.htm>>. Acesso em 30 de agosto de 2008.

CAMPOS, Renato; CARLO, Sílvio; NICOLAU, José A. e VARGAS, Geraldo. Aprendizagem por interação: pequenas empresas em sistemas produtivos e inovativos locais. In: LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo e MACIEL, Maria Lúcia (orgs.). Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, UFRJ, 2003, p. 51-65.

CANADÁ-DIRETO. *Revista da Rádio Canadá Internacional*. Investimento em cultura. Informação transmitida em 10 de junho de 2005, aos 27 minutos e 27 segundos.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Ed USP, 1997.

CAPURRO R. e HJØRLAND B. The concept of information. In: Annual Review of Information Science and Technology (ARIST) Ed. Blaise Cronin, Vol. 37 (2003). Chapter 8, 343-411. (Disponível em <<http://www.capurro.de>>). Acessado em julho de 2004.

CARDOSO, Ana Maria Pereira. Retomando possibilidades conceituais: uma contribuição à sistematização do campo da informação social. *Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG*. BH, v. 23, n. 2, jul-dez, 1994. p. 107-114

CARVALHO, Ana Cristina Marques e NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. Análise das necessidades de informação das empresas incubadas de base tecnológica do setor de biotecnologia do Estado de Minas Gerais.. *TecBahia – Revista Baiana de Tecnologia*. Camaçari, v. 14, n. 3, set/dez, 1999.

CARVALHO, Ana Cristina Marques. *Análise das necessidades de informação das empresas incubadas de base tecnológica do setor de biotecnologia do Estado de Minas Gerais*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCI-ECI/UFMG), março de 2000. Dissertação. Orientação: Jorge Tadeu de Ramos Neves.

CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena Maria Martins e MACIEL, Maria Lúcia (orgs.): *Systems of innovation and development – evidence from Brazil*. Cheltenham, Inglaterra: Edward Elgar, 2001.

CASSIOLATO, José Eduardo e LASTRES, Helena M.M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In.: LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo e MACIEL, Maria Lúcia (orgs.). Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, UFRJ, 2003, p. 21-34.

CASSIOLATO, José Eduardo e SZAPIRO, Marina. Uma caracterização em arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In.: LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo e MACIEL, Maria Lúcia (orgs.). Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, UFRJ, 2003, p. 35-50.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura* (3 volumes). Volume 1: A sociedade em rede. 6a. Edição (revista e ampliada). Editora Paz e Terra, São Paulo, 2002, p. 21.

CENTRE OF EXPERTISE ON CULTURE AND COMMUNITIES (CECC), SIMON FRASER UNIVERSITY, CANADIAN CULTURAL OBSERVATORY. *The State of cultural infrastructure* - highlights from the national roundtable dialogue. Ottawa: CECC, 20 nov 2007. Também Disponível em <<http://www.cultureandcommunities.ca/>>. Acesso em 18 de abril de 2008.

CHAPUT, Jean. Mot du président. In SODEC. Société des Entreprises Culturelles. Capturado do site <<http://www.sodec.gouv.qc.ca/index.htm>> em 23 de agosto de 2005.

COBBLEDICK, Susie. The information-seeking behaviour of artists: exploratory interviews. *The Library Quarterly*, v. 66, n. 4, p. 343-372, Oct.1996.

COELHO, Teixeira. (José Teixeira Coelho Netto). *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.

COLBERT, François. Management of the arts. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003 (a). p. 287-292.

COLBERT, François. Marketing the arts. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 293-300 (b).

CUNHA, Maria Helena Melo da. *Gestão cultural: profissão em formação*. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2007.

CURZI, Pierre, STODDART, Jack e PILON, Robert. *Cultural policy must not be subject to the constraints of international trade agreements*. Disponível em <<http://www.cdc-ccd.org/Anglais/Liensenanglais/frameevents.htm>>. Acesso em 24 de maio de 2005.

DAIGLE, Andrée; GAUTHIER, Éve e PETITPAS, Bis. *L'état des infrastructures culturelles* - table ronde préliminaire, recherche régionale: Québec. Montréal: Les Arts et la Ville. 17 mars 2008. Também Disponível em <<http://www.cultureandcommunities.ca/>> em 17 de abril de 2008.

DANTO, Arthur C. Art and irrationality. In: *Nietzsche as a philosopher – an original study*. Columbia Press University: New York, 1965, p. 36-67.

DANTO, Arthur C. *A transfiguração do lugar comum*. São Paulo: Cosac&Naify, 2005. Tradução de Vera Pereira.

DANTO, Arthur C. *Após o fim da arte – arte contemporânea e os limites da história*. São Paulo: Edusp/Odysseys editora, 2006. Tradução de Saulo Krieger.

DANTO, Arthur C. *O mundo da arte*. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 2006 (a). Tradução de Rodrigo Duarte.

DANTO, Arthur C. *O descredenciamento filosófico da arte*. Belo Horizonte:UFMG/FAFICH, 2006 (b). Tradução de Rodrigo Duarte.

DANTO, Arthur C. *O fim da arte*. Belo Horizonte:UFMG/FAFICH, 2006 (c). Tradução de Rodrigo Duarte.

DANTO, Arthur, DE DUVE, Thierry e SHUSTERMAN, Richard. Contested territories. London: Tate Britain, 2 de fevereiro de 2006. Disponível em <http://www.tate.org.uk/onlineevents/webcasts/arthur_danto/>. Acesso em 18 de maio de 2006.

DE KONINCK, Marie-Charlotte. Quand la culture se fait stratégie. In.: *Questions de la culture – 10: l'État et la Culture*. Québec: Institut Québécois de Recherche sur la Culture, 1986, p.41-54.

DE SURMONT, Nicholas. *L'introduction à la chanson au Québec: a sociologique panorama*. II Encontro do Núcleo de Estudos Canadenses. Conferência. Auditório da Reitoria, UFMG. 17 de março de 2005

DELGADO, Juliana Laender. *O uso da internet em incubadoras de empresa de base tecnológica*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCI-ECI/UFMG), agosto de 1998. Dissertação. Orientação: Jorge Tadeu de Ramos Neves.

DERVIN, Brenda, NILAN, Michael. Information needs and uses. *Annual Review of Information Science and Technology*, v. 21, p. 3-32, 1986.

DIAS, Rosa. O gênio e a música em humano, demasiado, humano. *O que nos faz pensar - Cadernos do Departamento de Filosofia da PUC-RJ*, agosto de 2000, p. 55-65.

DOMINGUES, Ivan. *Epistemologia das ciências humanas – tomo I: positivismo e hermenêutica*. São Paulo: Loyola, 1994.

DOWBOR, Ladislau, IANNI, Octavio, RESENDE, Paulo-Edgar A. e SILVA, Hélio (orgs.). *Desafios da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

DUARTE, Rodrigo. *Adorno/Horkheimer & A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

DUCULESCU, Mirela. Neighbourhoods as sites of community and cultural development – three case studies. Comunicação de pesquisa em cultura. Fairmount Hotel Chateau Laurier, Ottawa: *International Symposium Creative Construct*, 1º de maio de 2008.

DUPIN, Giselle. O governo brasileiro e a diversidade cultural. In.: BARROS, José Márcio (org.): *Diversidade cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 36-44.

DUSSAULT, Gabriel. L'intervention culturelle de l'État – ses justifications ideologiques. In.: *Questions de la culture – 10: l'État et la Culture*. Québec: Institut Québécois de Recherche sur la Culture, 1986, p.19-40.

ECO, Umberto. *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1980.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

EVANS, Graeme e FOORD, Jo. Cultural mapping and sustainable communities: planning for the arts revisited. *Cultural Trends* 16(5), 2008. Resultados apresentados também em EVANS, Graeme: Cultural opportunities and tools for creative cities and communities. Conferência. Fairmount Hotel Chateau Laurier, Ottawa: *International Symposium Creative Construct*, 29 de abril de 2008.

FERNANDES, Geni Chaves. Informação. In *Ameaça: tempo, memória e informação*. Rio de Janeiro: Ibict, 2004. Tese. p. 193-277.

FERNANDES, Luciana; MAGACHO, Lygia e ABREU, Renata. Modelo de gestão. In: ZARDO, Júlia (org.). *Incubadoras culturais: do negócio da cultura à cultura dos negócios – um guia para o planejamento e gestão*. Brasília: Sebrae/Anprotec, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Almeida. *Novo dicionário eletrônico aurélio versão 5.0*. O Novo dicionário aurélio da língua portuguesa corresponde à 3ª. edição, 1ª. impressão da Editora Positivo, revista e atualizada do Aurélio Século XXI, O dicionário da língua portuguesa. Curitiba: Positivo, 2004.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. *RAE - Revista de Administração de Empresas / EAESP / FGV*, São Paulo, Brasil. v. 40 . n. 3. jul./set. 2000, p.18-25. Disponível em <<http://www.rae.com.br/rae/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=377&Secao=RH%20ORG%2E%20PL&Volume=40&Numero=3&Ano=2000>>. Acesso em 18 de maio de 2005

FONTENELE, Sérgio. Artesãos de Poti Velho vencem a pobreza. Disponível em <<http://www.pi.gov.br/materia.php?id=13639>> do governo do Piauí. Publicado em 04 de julho de 2005.

FRANÇA, Júnia Lessa (org.). *Manual para normalização de publicações técnico-científicas*. Belo Horizonte: editora da UFMG, 2003.

FREITAG, Bárbara. *Política educacional e indústria cultural*. São Paulo: Cortez Autores Associados, 1989. (Coleção Polêmicas de Nosso Tempo, vol. 26).

FREY, Bruno S. Public support. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 389-398

FRY, Roger. Art and commerce. *Journal of Cultural Economics*. Vol. 22, n.1. Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 1998, p. 49-59.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Diagnóstico dos investimentos na cultura no Brasil*. Belo Horizonte, Fundação João Pinheiro: 1998. 3 vols. Disponível em <http://www.fjp.gov.br/produtos/cehc/resumo_minc.htm>. Acesso em 24 de maio de 2005.

GARON, Rosaire. *Déchiffrer la culture au Québec – 20 ans de pratiques culturelles*. Les publications du Québec: Québec, 2004.

GAZETA MERCANTIL, 2004. Índice de permanência das empresas incubadas no Brasil supera 93%. Capturado do site <<http://www.redetec.org.br/pubredtec1/cgi/public/cgilua.exe/web/cfg/tpl/user/view.htm?keywords=incuba&search%5Fby%5Fsection=all&query=advnstatus&user=admin&search%5Fby%5Ffield=tax&editionsectionid=9&%2Fpubredtec1%2Fcgi%2Fpublic%2Fcgilua%2Eexe%2Fweb%2Fcfg%2Ftpl%2Fuser%2Fview%2Ehtm%3Feditionsectionid=1&infoid=27559>> em 13 de março de 2005.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GERL, Ellen; MILLERUPTON, Joy e ERLEWISE, Meredith. *Incubating the arts: establishing a program to help artists and arts organizations become viable business*. National Business Incubation Association (NBIA): Ohio/EUA, 2000.

GIACOIA, Oswaldo. Arte no pensamento de Nietzsche. Conferência. *Seminário Internacional Arte no Pensamento*. Museu da Companhia Vale do Rio Doce, 17 de março de 2006. Disponível em <http://www.artenopensamento.org.br/palestra_arte_nietzsche.php>. Acesso em 6 de abril de 2006.

- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas, 1999.
- GIL, Gilberto e PORTA, Paula. Economia da cultura. *Folha de S. Paulo*, seção Tendências/Debates, 3 de fevereiro de 2008.
- GOLDSTONE, Leo. Cultural statistics. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 177-182.
- GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. O objeto de estudo da ciência da informação: paradoxos e desafios. *Revista Ciência da Informação*, Brasília, v. 19, n.2, p. 117-122, jul/dez, 1990.
- GONZÁLEZ DE GOMEZ, Maria Nélide. O caráter seletivo das ações de informação. *Informare – Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação*. Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 7-30, jul/dez. 1999.
- GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. Para uma reflexão epistemológica acerca da ciência da informação. *Revista Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 6, n.1, p. 5-18, jan/jun, 2001.
- GOODWIN, Charles D. Roger Fry: 'Art and commerce'. *Journal of Cultural Economics*. v. 22, n.1, 1998. Netherlands: Kluwer Academic Publishers, p. 43-47.
- GUEDES, Olga e DE PAULA, Silas. Sociedade da informação: o futuro (im)perfeito. In: *Fronteiras: estudos midiáticos*, São Leopoldo, Unisinos/Centro de Ciências da Comunicação, v. 1, n. 1, dez./1999.
- HAMELIN, Jean e PROVENCHER, Jean. *Brève histoire du Québec*. Québec:: Boréal, 1997.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1989.
- HEILBRUN, James. Baumol's cost disease. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 91-101.
- HOLLANDS, Robert. Towards a "cultural" political economy of Canadian youth. In: CLEMENT, Wallace e VOSKO, Leah (orgs.): *Changing Canada – political economy as transformation*. Québec: McGill University Press, 2003, p.443-466
- HJORLAND, B. (2003). Fundamentals of knowledge organization. IN: FRIAS, José Antonio & TRAVIESO, Crispulo (Eds.). *Tendencias de investigación en organización del conocimiento / Trends in knowledge organization research*. Salamanca, Spain: Ediciones Universidad de Salamanca. (Pp. 83-116; +English abstract p. 51 + Spanish abstract p. 19). Disponível em <<http://www.db.dk/bh/publikationer/Filer/Presentation.ppt>>. Acesso em 1 de junho de 2004.
- HUMBERT, Marc. Globalização e *Glocalização*: problemas para países em desenvolvimento e implicações para políticas supranacionais, nacionais e subnacionais. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p. 259-289.
- IMBERT, Patrick (org.). *Consensual disagreement – Canada and the Americas*. Ottawa: University of Ottawa, 2005.

JOHNSON, Björn e LUNDVALL, Bengt-Åke. Promovendo sistemas de inovação como resposta à economia do aprendizado crescentemente globalizada. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p.83-130.

JOSEPH, Robert; BORDT, Michael Bordt e HAMDANI, Daood. *Caractéristiques des incubateurs d'entreprises*. Document de travail - division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique (DSIIE). Ottawa: Statistique Canada, 2006.

KURASAWA, Fuyuki. Finding Godot? Bringing popular culture into Canadian political economy. In: CLEMENT, Wallace e VOSKO, Leah (orgs.): *Changing Canada – political economy as transformation*. Québec:McGill University Press, 2003, p.467-492.

KLAMER, Arjo. Value of culture. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 437-465-469.

KWATERKO, Josef. Ficções identitárias no Québec: o ponto de vista da crítica. *Interfaces Brasil/Canadá - Revista da Associação Brasileira de Estudos Canadenses*. Porto Alegre: UFRGS, Abecan, v.1, n.2, 2002, p. 107-118.

LANARI, Luiz Amaro. *Indicadores de desempenho estratégico para uma incubadora de empresa de base tecnológica: uma proposta*. Belo Horizonte: PPCGI/UFMG, 2000. Dissertação. Orientação: Marta Neves.

LASTRES, Helena M. M. e FERRAZ, João Carlos. Economia da informação, do conhecimento e do aprendizado. In: LASTRES, H.M.M. e ALBAGLI, S. (orgs.). *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo e MACIEL, Maria Lúcia (orgs.). *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, UFRJ, 2003.

LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana. Sistemas de inovação e desenvolvimento: mitos e realidade da economia do conhecimento global. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p.17-50.

LECKIE, Gloria J., PETTIGREW, Karen E., SYLVAIN, Christian: Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. *The Library Quarterly*, v. 66, n. 2, p. 161-193, Apr., 1996.

LEMOS, Marcelo Verly de. Como as incubadoras brasileiras têm auxiliado as pequenas empresas de base tecnológica na superação de suas dificuldades? *Tec Bahia – Revista Baiana de Tecnologia*, Camaçari, v. 14, n.1, jan/abr, 1999, p. 47-54.

LEMIEUX, Denise. Vint-cinq ans de recherches sur la culture au Québec. In. LEMIEUX, Denise (org). *Traite de la culture*. Saint-Foy: Les Éditions de l'IQRC, Presses de l'Université Laval, 2002.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto. As especificidades das pequenas e médias empresas. *Revista de Administração*, São Paulo: FEA/USP, v. 34, n. 2, Abr./Jun., 1991, p. 91-94.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto. A dimensão física das pequenas e médias empresas: a procura de um critério homogeneizador. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo: EAESP/FGV, v. 31, n.2, 1999, p. 53-59.

LÉTORNEAU, Jocelyn. A questão regional no Canadá e a autodeterminação quebequense. In.: DION, Sylvie; HANCIAU, Núbia e BÉLANGER, Alain. *A América francesa: introdução à cultura quebequense*. Rio Grande, RS: Editora da Fundação da Universidade Federal do Rio Grande, 1999, p. 265-292. Tradução de Renato Venâncio Rodrigues de Sousa.

LÉTORNEAU, Jocelyn. Sur “État d’êtres” cultural du Québec: essai de argumentation. *Interfaces Brasil/Canadá - Revista da Associação Brasileira de Estudos Canadenses*. Porto Alegre: UFRGS, Abecan, v.1, n.2, 2002, p. 37-46.

LEVASSEUR, Roger. Les politiques du loisir au Québec – de la Révolution Tranquillie à nos jours. In.: *Questions de la culture – 10: l’État et la culture*. Québec: Institut Québécois de Recherche sur la Culture, 1986, p.87-104.

LYOTARD, Jean François. *O pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

MACEDO, Cesária Alice. Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil. In.: BARROS, José Márcio (org.): *Diversidade Cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 88-104.

MAILHOT, Laurent e MELANÇON, Bernoît. Literature, nation, État – les enjeux idéologiques de l’image et du pouvoir. In.: *Questions de la culture – 10: l’État et la culture*. Québec: Institut Québécois de Recherche sur la Culture, 1986, p. 55-74.

MARKUNSEN, Ann e SCHROCK, Greg. The artistic dividend: urban artistic specialisation and economic development implications. *Urban Studies*, v. 43, No. 10, September 2006. p. 1661–1686

MARKUNSEN, Ann; WASSAL, Gregory H., DENATALE, Douglas e COHEN, Randy. Defining the creative economy: industry and occupational approaches. *Economic Development Quarterly*, v.22, No. 1, February 2008, p. 24-45.

MARQUES, Renato. Anprotec divulga dados da incubação. Disponível em <<http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=8434>>. Acesso em 5 de outubro de 2005.

MARTELETO, Regina Maria. Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno? *Ciência da Informação*, v. 16, p. 169-180, jul/dez,1987.

MÉDUSE. *Présentation*. Disponível em <www.meduse.org>. Acesso em 12 de junho de 2008.

MÉNARD, Marc. *Elements pour une économie des industries culturelles*. Montréal: Société de Développement des Entreprises Culturelles (Sodec), 2004.

MENGER, Pierre-Michel. Sociology of art. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 415-430.

MERCIER, André. Science and art. In: ENZ, C. P. e MEHRA, J. (orgs.): *Physical reality and mathematical description - dedicated to Josef Maria Jauch on the occasion of his 60th birthday*. Dordrecht: Reidel, 1974, p. 3-21.

MICELI, Sérgio. Teoria e prática da política cultural oficial no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro, v. 24, n.1, jan-mar, 1984, p.27-31.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org); Deslandes, Suely Ferreira; Cruz Neto, Otávia; Gomes, Romeu. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis; Vozes; 2002.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Pontos de cultura. Texto acessível através do site <http://www.cultura.gov.br/programas_e_acoes/programa_cultura_viva/pontos_de_cultura/index.php>. Acesso em 10 de setembro de 2008.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX – o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense, 1997

MORO, Sueli; MACHADO, Ana Flávia e DINIZ, Clélio Campolina. Cidades criativas e aglomerações culturais: uma primeira abordagem a partir do MUNIC-Cultura. Belo Horizonte: Grupo de Pesquisa em Economia da Cultura - Cedeplar/UFMG, 2008. Inédito.

MYTELKA, Lynn e FARINELLI, Fulvia. De aglomerados locais a sistemas de inovação. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p. 347-378.

NEGROPONTE, Nicholas. *Vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995

NETO, Armando e LIBERATO, Sílvio. Empreendedorismo e incubadoras: um modelo de programa integrado. *TecBahia – Revista Baiana de Tecnologia*. Camaçari, v. 14, n. 3, set/dez, 1999.

NIETZSCHE, Friedrich. *Humain, trop humain, vol. I et II*. Texte établi par G. Colli et M. Mortinari. Traduit de l'allemand par Robert Rovini. Paris: Galimard, 1968.

NIETZSCHE, Friedrich. *Ecce Homo – como alguém se torna o que é*. São Paulo: Max Limonad, 1986. Tradução, introdução, cronologia e notas de Paulo César Souza, revisão da tradução de Vivien Lembo.

NIETZSCHE, Friedrich. *O nascimento da tragédia ou helenismo e pessimismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. Tradução, notas e posfácio de J. Guinsburg.

NIETZSCHE, Friedrich. *Humano, demasiado humano – um livro para os espíritos livres*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. Tradução, notas e posfácio de Paulo César de Souza.

NIETZSCHE, Friedrich. *A gaia ciência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. Tradução, notas e posfácio de Paulo César de Souza.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS/CONSELHO INTER-REGIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO INTEGRADO. Executive summary of the study for theme 1: "Culture as an engine for economic growth, employment and development". II Inter-American Meeting of Ministers and Highest Appropriate Authorities of Culture. Disponível em <http://www.oas.org/udse/english/cpo_cult_2prepa.asp>. Acesso em 30 de abril de 2005.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PÉREZ DE CUÉLLAR, Javier et al. *Nuestra diversidad creativa - versión resumida del informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. Unesco, 1996.

PESSOA, Fernando. Arte e verdade no pensamento de Nietzsche. In: *Arte no pensamento*. Vila Velha: Museu da Companhia Vale do Rio Doce, 2006, p. 258-271. Disponível em <http://www.artenopensamento.org.br/palestra_contemporanea_2.php>. Acesso em 6 de Abr. de 2006.

PETIT, Pascal. Estrutura e desenvolvimento de uma economia baseada no conhecimento: implicações para políticas. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p.131-160.

PINHEIRO, Lena Vânia Ribeiro; VIRNEZ, Guilma Vidaz e DIAS, Mauro. Sistema de informação em arte e atividades culturais (IARA): aspectos políticos, institucionais, técnicos e tecnológicos. *Ciência da Informação*, v. 23, nº 3, p. 327-334, set./dez.,1994.

PINHEIRO, Marta Kerr. *Antigas nações, novas redes: as transformações do processo de construção de políticas de informação*. Rio de Janeiro: IBICT, 2001. Tese. Orientação: Maria Néida González de Gómez, Helena Maria Martins Lastres e Vânia Maria R. Hermes de Araújo. (Outra possível entrada para localização da tese da autora: AUN, Marta Pinheiro)

PLATTNER, Stuart. Anthropology of the art. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 15-19.

POERNER, Arthur José. *Identidade cultural na era da globalização: política federal de cultura no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan, 1997.

POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel,1994.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. Música e mercado: por que as coisas funcionam assim e como elas poderiam ser? *Seminário Música & Movimento*. Belo Horizonte: Auditório da Telemig Celular, 29 de outubro de 2003. Conferência.

PRIGOGINE, I., STENGERS, I. *Sistema*. Enciclopedia Einaudi. Porto: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1993, v. 26.

RANTISI, Norma M. e BLACKMAN, M. Jason. The limits to urban cultural policies in an era of fiscal constraints: the case of Montréal, Canada. Paper draft of A cultural policy for Montréal: arts or the neoliberal agenda?. *Progressive Planning Magazine*, n.165, Fall, 2005, pp. 27-29.

RANTISI, Norma M. and LESLIE, Deborah. Branding the design metropole: the case of Montréal, Canada. *Area*, v. 38, n. 4, 2006, pp. 364-374.

RAY, Michael. Employment creation by small firms. In.: BRITTON, John N. H.: *Canada and the global economy – the geography of structural and technological change*. McGill's-Queen's University Press, 1996, p. 175-194.

RCCAQ. Le Rccaq. Disponível em <<http://www.rcaaq.org/rcaaq>>. Acesso em 13 de setembro de 2008.

REDEINCUBAR. Glossário. Capturado do site <www.redeincubar.org.br> em 26 de setembro de 2003

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável – o caleidoscópio da cultura*. Barueri: Manole, 2007.

RICARDO, David. *Princípios de economia política e sua tributação*. Capítulo I, seção I, p. 24. Tradução de Paulo Henrique Ribeiro Sandroni. Série *Os economistas - Ricardo*. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

RISHCHYNSKI, Guilherme. Entrevista com o embaixador Guilherme Rishchynski. In.: BARROS, José Márcio (org.): *Diversidade cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 52-61.

ROBERGE, Claire. *Le partenariat identitaire en éducation: quels territoires?*. Disponível em <<http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/utopie/Roberge.pdf>>. Acesso em 30 de setembro de 2005.

ROAUNET, Sérgio Paulo. Fato, ideologia, utopia. *Folha de S. Paulo*, Caderno Mais!, 24 de março de 2002.

ROSZAK, Theodore. *O culto à informação*. São Paulo: Brasiliense, 1988

RUBINSTEIN, Héctor Ramón. Nuevas experiencias de incubación en el Mercosur. *Tec Bahia: Revista Baiana de Tecnología*. Camaçari, v. 14, n.3, set/dez, 1999, p. 69-77.

SADER, Emir (org.). *As armas da crítica e a crítica das armas: Karl Marx*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SADER, Emir. *Os dilemas da diversidade cultural*. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/politicas/identidade_e_diversidade/index.php?p=1591&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 24 de maio de 2005. LOPES, Antônio Herculano e CALABRE, Lia (orgs.). *Diversidade Cultural Brasileira*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005, p. 259-264.

SAGOT-DUVAUROUX, Dominique. Art prices. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 57-63.

SALOMÃO, José Carlos. *A importância da informação para os profissionais da área artístico-cultural – um estudo exploratório na cidade de Belo Horizonte*. Belo Horizonte: PPCGI/UFMG, 2001. Dissertação. Orientação: Ana Cabral.

SAMSON, Pierre. Un mariage à consommer. *Interfaces Brasil/Canadá - Revista da Associação Brasileira de Estudos Canadenses*. Porto Alegre: UFRGS, Abecan, v.1, n.2, 2002, p. 47-54.

SANTOS, Milton. *Técnica espaço tempo: globalização e o meio técnico-científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1997.

SAT (*Société de Art Technologique*). Résidences. <http://www.sat.qc.ca>>. Acesso em 13 de agosto de 2008.

SAVIOTTI, Pier Paolo. Crescimento da variedade: implicações políticas para os países em desenvolvimento. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p. 291-320.

SCHMITZ, Hubert. Aglomerações produtivas locais e cadeias de valor: como a organização das relações entre empresas influencia o aprimoramento produtivo (*industrial up-grading*). In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. e ARROIO, Ana (orgs.). *Conhecimento*,

sistemas de inovação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Contraponto, 2005. p. 321-345.

SEAMAN, Bruce A. Economic impact of the arts. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 224-231.

SEBRAE. Apoio ao movimento de incubadoras. Capturado do site <http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/incubadorasdeempresas_948.asp> em 26 de setembro de 2003.

SECRETARIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA DE PERNAMBUCO. Projeto incubadoras culturais – fazendo arte na escola. Disponível em <<http://www.educacao.pe.gov.br/>>. Acesso em 30 de junho de 2007.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, VOX POPULI: *Primeiro diagnóstico cultural de Belo Horizonte* - Relatório final. Belo Horizonte, 1996.

SHANNON, Kristin e REGENSTREIF, Peter. Hanging together. In: Why is Canada so different. *The Wilson Quarterly*, vol. 6, no. 3, Summer/1982, p.45-59.

SILVA, Liliansa e OLIVEIRA, Lúcia. Pesquisadoras do observatório comentam estudo do IBGE sobre o setor cultural. *Revista Observatório Itaú Cultural/OIC* – n.2 (mai/ago 2007). São Paulo – SP: Itaú Cultural, 2007.

SILVA, Teresinha de Jesus Ferreira *O homem sua arte seu lugar* - promoção de empreendimentos orientados para o desenvolvimento local e setorial (O caso Inarte em Poty Velho, Teresina). Redetec, 2008. Disponível em <<http://74.125.45.104/search?q=cache:kQQHsDS8jR0J:www.redetec.org.br/publique/media/x%2520Teresinha%2520de%2520Jesus%2520Ferreira%2520da%2520Silva.pdf+incubadora+artesanato+art%C3A4stico+Teresina&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=2&gl=br>>. Acesso em 5 de setembro de 2008.

SILVA, Wendel Alex Castro e COSTA, Luciana de Oliveira. Modelo de decisão financeira em *cluster* econômico. *Revista de Economia e Administração*. São Paulo: IBMEC, vol. 2, n.1, jan-mar 2003, p. 67-89.

SILVEIRA, Júlia Gonçalves da. *Fontes de informação de antiquários : proposta de um modelo de análise e de categorização*. 2006. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

SIQUEIRA, Richard W. Brasil/Canadá: diálogos possíveis. *Interfaces Brasil/Canadá - Revista da Associação Brasileira de Estudos Canadenses*. Porto Alegre: UFRGS, Abecan, v.1, n.2, 2002, p. 85-94.

SLACHEVSKY, Paulo. *La Cultura en el acuerdo de libre comercio de las Américas*. Disponível em < http://www.ftaa-alca.org/spcomm/soc/Contributions/Brazil/cscv117_s.asp>. Acesso em 3 de outubro de 2005.

SMITH, Adam. *A riqueza das nações*. Livro primeiro, capítulo X, parte primeira, p. 153-154. Tradução de Luiz João Baraúna. Série *Os economistas* - Adam Smith, volume I. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

SMITH, Adam. *A riqueza das nações*. Livro segundo, capítulo III, p. 182 e 334. Tradução de Luiz João Baraúna. Série *Os economistas* - Adam Smith, volume I. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

SOARES, Roosenez de Carvalho Teixeira e ENDERS, Wayne Thomas. Mudanças na importância de fatores de localização percebida pelos empresários de empresas têxteis e de confecções: os casos de Natal e Fortaleza. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, n. 24, vol. 4, p. 113-122, out/dez 1984.

SODEC. Loi sur la Sodec Disponível em <http://www.sodec.gouv.qc.ca/sodec_loi.php>. Acesso em 20 de abril de 2008.

STEVENSON, Brian J.R. Introducción. In: MARTIN, Pierre; NOEL, Alain e STEVENSON, Brian J.R. (coords.): *Interpretaciones de la Quebec contemporânea*. México: Miguel Angel Porria Parmec, 1996, p. 11-32.

SVENONIUS, Elaine. *The intellectual foundation of information organization*. Cambridge: MIT Press, 2000.

TEIXEIRA, Nísio. “Um rock no meio do caminho” : subsídios para a proposição de um sistema de informação artístico-cultural em Belo Horizonte. Belo Horizonte: PPGCI/UFMG, 1999. Dissertação. Orientação: Bernadete Santos Campello.

TEIXEIRA, Nísio. Mais um anjo barroco? Uma revisão bibliográfica em antropologia da informação a partir de levantamento de textos através da ferramenta de busca Google. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.12, n.3, p.156-179, set./dez. 2007.

THOWSE, Ruth. Introduction. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003 (a). p. 01-14.

THOWSE, Ruth. Cultural industries. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003 (b). p. 170-176

THROSBY, David, Sam. Cultural Capital. In: TOWSE, Ruth (org.). *Handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Ltd.: Cheltenham, UK, 2003. p. 166-169.

TOLILA, Paul. *Cultura e economia*. São Paulo: Iluminuras-Itaú Cultural, 2007.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna - teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

THIOLLENT, Michel. *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1986.

TONHOLO, Josealdo. A terra é boa e generosa: em se incubando tudo dá – incubadoras como mecanismo de emancipação social. *XVII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas*. Belo Horizonte: Ouro Minas Hotel, 20 de setembro de 2007. Palestra.

TREMBLAY, Gaëtan e LACROIX, Jean-Guy. La marchandisation et l’industrialisation de la culture. In. LEMIEUX, Denise (org). *Traité de la culture*. Saint-Foy: Les Éditions de l’IQRC, Presses de l’Université Laval, 2002, p. 263-282.

TURGEON, Luc. Interpretar os percursos históricos do Quebec: entre a sociedade global e o espaço regional. IN: GAGNON, Alain-G. *Estado e Sociedade no Quebec*. Porto Alegre: UFRGS, 2003, p. 19-38. Tradução de Zilá Bernd.

UFRGS. *Indústria cultural: cultura, identidade e economia no Mercosul*. Pôster apresentado durante o XII Congresso Brasileiro de Sociologia – Sociologia e Realidade: Pesquisa Social no Século XXI. 31 de maio a 3 de junho de 2005 – Fafich/UFMG.

UNESCO. *Appendices 1 and 2 to the preliminary report by the director-general on the draft convention on the protection of the diversity of cultural contents and artistic expressions*. Disponível em <http://www.unesco.ch/work-content/210405_consolidText_EN.doc>. Acesso em maio de 2005.

UNESCO. Convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais. Paris, outubro de 2005.

VADON, Jacques e PADULA, Antônio Domingos. Uma metodologia de diagnóstico organizacional global para a consultoria de gestão em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração*. São Paulo, v. 31, n.1, p. 32-43, jan/mar, 1996.

VILAR, Rui. Gestão de organizações culturais. *Leituras - Revista da Biblioteca Nacional de Lisboa*, v. 3, n. 1, Abr.-Out., 1997, p. 11-15.

VILLE DE MONTRÉAL. Montréal city contract 2003-2007. Capturado a 27 de setembro de 2003 do site <http://www2.ville.montreal.qc.ca/contratdeville/pdf/contratdeville_int_a.pdf>. Québec: Montréal, 30 de Janeiro de 2003, p. 56 e 76.

WACQUANT, Löic. Esclarecer o habitus. Capturado a 1º/08/2008 e Disponível em <http://sociology.berkeley.edu/faculty/wacquant/wacquant_pdf/ESCLARECEROHABITUS.pdf>. Berkeley Faculty: 2006

WERTHEIN, Jorge. Cultura e desenvolvimento: o grande desafio. *Correio Braziliense*. 22 de setembro de 1998. Também disponível em: <http://www.unesco.org.br/noticias/opiniao/artigowf/1998/artigowf/mostra_documento>. Capturado em 30 de abril de 2005.

WERSIG, Gernot. Information science: the study of postmodern knowledge usage. *Information Processing and Management*, v. 29, 1993, p. 229-239.

WIENER, Norbert. *Cibernética e sociedade*. São Paulo: Cultrix, 1968.

WINKS, Robin. An orphaned dominion. In: Why is Canada so different. *The Wilson Quarterly*, vol. 6, no. 3, Suumer/1982, p.60-73..

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura – usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Ed. UFMG/Autêntica, 2004.

ZARDO, Julia Bloomfield Gama e DIB, Sandra Korman. *Especificidades na implementação de uma incubadora cultural*. Instituto Gênesis PUC-Rio. Disponível em <<http://www.anprotec.org.br/habitats/trabalhos/A-19.pdf>>. Acesso em 23 de março de 2005.

ZARDO, Júlia e FERNANDES, Luciana. Caracterização de incubadoras culturais. In: ZARDO, Júlia (org.). *Incubadoras culturais: do negócio da cultura à cultura dos negócios – um guia para o planejamento e gestão*. Brasília: Sebrae/Anprotec, 2005 p. 34-43.

ZARDO, Júlia e KORMAN, Sandra. O empreendedor cultural e a questão da diferença, In: ZARDO, Júlia (org.). *Incubadoras culturais: do negócio da cultura à cultura dos negócios – um guia para o planejamento e gestão*. Brasília: Sebrae/Anprotec, 2005, p. 44-54.

APÊNDICE

Questionário

Tese: Informação e Incubadoras Artístico-Culturais

Pesquisador : Nísio Teixeira

Instituição : Escola de Ciência da Informação
Universidade Federal de Minas Gerais – Brasil

Parte I – Dados gerais

- 1 - Instituição entrevistada :
- 2 - Ano de fundação :
- 3 - Endereço :
- 4 - Horário e Dias de funcionamento :
- 5 - Nome do representante da instituição entrevistada:
- 6 - Cargo e/ou função :
- 7 - Tempo que exerce o cargo e/ou função :
- 8 - Número de pessoas que trabalham na instituição (com cargos e/ou funções) :
- 9 - Estrutura organizacional da instituição :
- 10 - Breve histórico e missão da instituição:
- 11 - Principais parceiros (listar):
- 12 – De onde provém o financiamento da instituição?

Parte II – Empresas apoiadas pela instituição (fineza utilizar a tabela II, em anexo)

- 13 – Quantas empresas recebem, atualmente, apoio da instituição?
Fineza listar as empresas apoiadas pela instituição detalhando aspectos correspondentes à :

13.1 – Natureza : A instituição apóia pessoas físicas (artistas ou trabalhadores intermediários técnicos do processo artístico) ou jurídicas (empresas artísticas, culturais e/ou intermediárias técnicas do processo artístico e/ou cultural) ? Ou ambos?

(artístico : foco na produção artística como *fim em si mesma*. Ela apóia exclusivamente atividades e empreendedores que criem produtos artísticos inéditos, destinados à fruição pelo público)

(cultural : inclui, *além* do aspecto artístico, outras iniciativas que utilizem a cultura como meio. Ou seja, atividades ligadas à educação, ao turismo, à memória de um povo ou de um local.)

(concorda com essas definições? Por que?)

13.2 – *Gênero* : Considerando a resposta anterior, aponte os principais gêneros artísticos e/ou culturais (por exemplo, teatro, balé, produção de vídeo, escultor, artefato etc) das pessoas físicas e/ou jurídicas apoiadas pela instituição, se possível indicando o nome do artista/técnico/empresa empreendedora.

13.3 – *Estágio* : Em seguida, no que tange à experiência de cada pessoa física e/ou jurídica apoiada pela instituição, acrescentar se elas são :

Estabelecidos : já possuem mais de três anos de experiência. Estão na instituição para um auxílio mais pontual em algum produto/obra ou serviço artístico-cultural.

Semi-Experientes : já possuem cerca de um ano e meio de experiência. Estão na instituição para um auxílio mais profundo em algum produto/obra ou serviço artístico-cultural

Incipientes : não possuem qualquer tipo de experiência. Estão na instituição para um auxílio geral acerca de produtos/obras ou serviços artístico-culturais.

13.4 – Fineza citar qual produto/obra ou serviço artístico-cultural desenvolvido por cada um.

Parte III – Processo seletivo e organização

14 – Como é o processo de seleção da instituição? Quais são os critérios de escolha? Qual o tempo de permanência na instituição?

15 – Quais são as obrigações das pessoas físicas e/ou jurídicas selecionadas para com a instituição? Há alguma espécie de pagamento por parte delas, por exemplo? Há uso de apresentações artísticas para o público externo como forma, inclusive, de angariar fundos? Caso positivo, como fica a divisão dos dividendos auferidos?

16 – Qual é a contrapartida da instituição :

16.1 – Oferecimento de infra-estrutura (recursos materiais) :

- a) artística (auditório, espaço para ensaio, eventos, biblioteca etc)
- b) profissional (material e facilitadores de escritório como fax, copiadora, computador etc)
- c) Ambos

16.2 – Oferecimento de recursos humanos :

- xi) artísticos (consultoria de artista ou especialista sobre algum aspecto, questão ou problema referente ao aspecto artístico – definir quais)?
- xii) mercadológicos (consultoria sobre aspectos relacionados ao empreendimento artístico e/ou cultural e sua relação com o mercado, tais como advogados – direito autoral, propriedade intelectual – especialistas em marketing, curadores, marchands etc.?)
- xiii) Ambos?
- xiv) Estas pessoas provêm da própria equipe da instituição ou são terceirizadas? Seu acompanhamento é presencial, virtual ou ambos?

16.3 – Outro (listar)

17 – Houve ocorrência de uma ou mais pessoa(s) física(s) ou jurídica(s) que tenha (m) desistido em meio ao processo? Caso positivo, qual o número? Quais as razões para a desistência?

18 – Houve ocorrência de uma ou mais pessoa(s) física(s) ou jurídica(s) que não tenha (m) conseguido chegar ao resultado esperado? Caso positivo, qual o número? Quais as razões desse insucesso?

Parte IV – Fluxo e fontes de informação

19 – A instituição possui uma biblioteca ou uma coleção de obras?

20 – No relacionamento com as pessoas físicas e/ou jurídicas apoiadas, quais são as principais dificuldades encontradas pela instituição?

21 – Considerando a resposta acima e a lista abaixo, quais as principais fontes de informação a que a instituição recorre para resolver ou minimizar tais dificuldades? (Utilize a codificação abaixo para marcação)

Codificação: 1. Sem importância 2. Pouco importante 3. Importante 4. Muito importante 5. Extremamente importante

	PESSOAIS	IMPESSOAIS
	Clientes	Jornais e Revistas
	Concorrentes	Periódicos acadêmicos
EXTERNAS	Contatos comerciais/ profissionais	Publicações governamentais
	Funcionários de órgãos do governo	Rádio e Televisão
	Funcionários de órgãos privados	Associações comerciais e industriais
	Público	Conferências e viagens
	Superiores hierárquicos	Memorandos e circulares internos
	Membros da diretoria	Relatórios e estudos internos
INTERNAS	Gerentes subordinados	Biblioteca da organização
	Equipe de funcionários	Serviços de informação eletrônica : a. Internet (EXTERNA) b. Base de dados c. CD-ROM
OUTROS (listar)		

22 – Considerando o que foi exposto até aqui, em que medida a instituição se aproxima ou se distancia das características listadas abaixo, referentes ao processo de incubação cultural - considerando doravante a instituição como *incubadora* e as empresas físicas e/ou jurídicas que nela atuam como *incubadas*. (Utilize o código abaixo)

Codificação: 1 Nada 2 Pouco 3 Razoavelmente 4 Muito 5 Totalmente

- Relação presencial constante entre a incubadora e as incubadas
- Presença de público externo à incubadora
- A instituição é sem fins lucrativos, financiada, em grande parte, pelo dinheiro público
- As incubadas são, em sua maioria, sem fins lucrativos

- A relação entre ambas parte de - e tem como meta - o desenvolvimento econômico e cultural de uma região
- Recursos oferecidos pela incubadora podem ser compartilhados por mais de uma empresa incubada
- Equipe da instituição trabalha exclusivamente para os incubados
- Tempo médio de permanência das incubadas é de três anos
- A parceria pode se estender além do prazo e do produto/obra/ serviço cultural especificamente desenvolvido na incubadora

Questionário - Parte II – Empresas apoiadas pela instituição								
Nome das empresas (indicar)	<i>Natureza (marcar com um « X »)</i>					Gêneros Artísticos ou culturais*** (indicar)	<i>Estágio de Desenv. ****</i>	<i>Produto, obra ou serviço artístico (indicar)</i>
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Artística*	Cultural**	Apoio Técnico			

* Artístico : foco na produção artística como *fim em si mesma*. Ela apóia exclusivamente atividades e empreendedores que criem produtos artísticos inéditos, destinados à fruição pelo público

** Cultural : inclui, *além* do aspecto artístico, outras iniciativas que utilizem a cultura como meio. Ou seja, atividades ligadas à educação, ao turismo, à memória de um povo ou de um local.

*** Por exemplo: teatro, balé, produção de vídeo, escultura, artesanato etc.

**** Pedese utilizar o seguinte código: **BE - SE - IN**

BE = Bem Estabelecidos : já possuem mais de três anos de experiência. Estão na instituição para um auxílio mais pontual em algum produto/obra ou serviço artístico-cultural.

SE = Semi-Experientes : já possuem cerca de um ano e meio de experiência. Estão na instituição para um auxílio mais profundo em algum produto/obra ou serviço artístico-cultural

IN = Incipientes : não possuem qualquer tipo de experiência. Estão na instituição para um auxílio geral acerca de produtos/obras ou serviços artístico-culturais.

Muito obrigado pela contribuição ao trabalho!

Nísio Teixeira

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)