

**MARKUSSEN, Ann Roel. Artes e Indústrias Culturais no Desenvolvimento Regional. Conferência realizada na Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, 28 de março de 2008.**

Aline de Caldas<sup>[1]</sup>

O Instituto de Estudos Avançados Transdisciplinares (IEAT) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) traz ao Brasil a professora Ann Roel Markussen, diretora do Centro de Economia Industrial e Regional da Universidade de Minnesota, dos Estados Unidos. Na agenda da visitante estão previstas duas conferências, interações de professores e alunos, visitas a instituições culturais em Belo Horizonte e outras capitais de destaque no cenário cultural brasileiro como Salvador, Rio de Janeiro e Brasília, além de desenvolvimento de pesquisas e trabalhos de campo e a elaboração de um artigo em parceria com professores da UFMG.

A convidada da Cátedra Humanidades, Letras e Artes da Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa fez, no dia 28 de março de 2008, a primeira conferência programada, com título "Artes e Indústrias Culturais no desenvolvimento regional". O tema da aproximação entre cultura e desenvolvimento regional foi tratado com grande interesse pela mesa e pela platéia, dado o incipiente estágio desses estudos no Brasil.

A conferência foi disparada pelo argumento de que a cultura é subaproveitada no seu papel no desenvolvimento regional. Isso se deve principalmente ao fato de que as estratégias para o desenvolvimento até então em adotadas se limitaram a direcionar recursos físicos para áreas de produção de manufaturas e infra-estrutura. Isso implica dizer que as políticas públicas contemporâneas encontram-se no paradigma teórico clássico da base de exportação, cujo essencial é haver condições para produzir bens e assim trocá-los por outras mercadorias de que se tem necessidade.

Os economistas, no argumento da conferencista, sempre priorizaram a inovação como premissa para o desenvolvimento. Todavia, a compreensão desse princípio estava confinada às ciências, à saúde e à tecnologia, de modo que o capital humano - o campo no qual acumulamos habilidades que contribuem para o desenvolvimento da razão, da educação, das tecnologias e, conseqüentemente, da inovação - foi negligenciado. Os conteúdos da inovação nascem, nas palavras de Markusen, "do uso do lado direito do cérebro", quer dizer, do estímulo à criatividade, o que exige enxergar cultura e conhecimento em sentidos ampliados.

Adotando o pensamento de Raymond Williams (1981, p. 13) sobre a produção cultural como "sistema de significação onde a ordem social é comunicada, reproduzida, experienciada e explorada", Ann Markusen coloca a produção e difusão de textos e

símbolos como objetivos das indústrias culturais. Embora estudiosos das Indústrias Criativas estejam em seu repertório teórico, a autora pretere o termo, trabalhando com a nomenclatura clássica do século XX para o setor. Entretanto, vale destacar que a autora defende a ampliação das atividades que se enquadram no campo das indústrias culturais, reconhecendo aí também a educação, a religião, que, em seu país, emprega grande número de músicos e artistas variados; o esporte, uma vez relacionado ao tempo de lazer das pessoas, da necessidade lúdica do jogo e do entretenimento; a moda e a indústria automobilística, os quais assumem outras utilidades no cotidiano para além da proteção do corpo e deslocamento, mas de exercício de produção e difusão de textos e símbolos.

Com base nesse posicionamento teórico, a pesquisadora definiu a Economia Cultural com base em três unidades de análise. A primeira é composta pelas “indústrias culturais”, caracterizadas pelas áreas produtoras, como os exemplos citados anteriormente, o cinema, o teatro, as artes eruditas etc. Em segundo lugar, estão as “ocupações culturais”, que são todos os tipos de atividade criativa. Por fim, as “organizações culturais”, grupos que gerenciam as ocupações culturais, a exemplo dos ministérios da cultura, sindicatos de escritores, escolas de samba comunitárias. Assim, as indústrias culturais seriam os empreendimentos de produção social de textos e símbolos e comunicação desses a um público.

Parte de seu estudo é dedicada à revisão de literatura sobre a definição do conceito de trabalho criativo. Em primeiro lugar figura a noção de “Classe Criativa”, de Richard Florida, sobre a qual a conferencista incide com certo teor crítico, uma vez que todos os tipos de atividade criativa recebem do autor o mesmo tratamento. Em seguida, são listados os conceitos de Força de Trabalho Criativo, do *New England Foundation for the Arts* (NEFA); a visão do *Program for Research on the Information Economy* (PRIE) de campo dos Artistas e trabalhadores relacionados e, por fim, o conceito de artistas, arquitetos e designers, do *National Environment Agency* (NEA). Seu estudo compreende variados artistas, entendendo o campo das artes como forma de expressão e profissão.

Mas, de um modo geral, sua pesquisa é guiada por três indagações. A primeira busca saber como as indústrias culturais contribuem para o desenvolvimento regional. Em sua concepção, existe uma contribuição direta explicada pela teoria da base de exportação: se consumimos produtos de outros países, é preciso ter o que trocar, portanto, existe estímulo à produção regional. Entretanto, há um exagero sobre essa visão que acaba por ofuscar as contribuições indiretas, que residem primeiro no uso da criatividade para a solução de problemas das empresas, que pode ser estendido à questão da educação, e, em segundo lugar, na expansão do consumo local, quer dizer, na teoria da base do consumo.

As indústrias culturais também seriam responsáveis por atrair pessoas (investidores/empreendedores) para as regiões, resultando no aumento de trabalho e renda. E há ainda que observar que o efeito multiplicador na economia é maior e, conseqüentemente, mais visível em níveis local e regional do que em escala global.

A segunda questão norteadora do estudo de Markusen é porque as indústrias culturais concentram os agentes criativos nas metrópoles ou os dispersam nas zonas rurais. As grandes cidades possuem entidades que facilitam o acesso à informação e à educação no campo das artes, contam com boa estrutura para apresentações e, assim, incitam a formação de equipes. O consumo de bens e serviços culturais é maior em grandes centros urbanos, inclusive pela interface que a cultura tem com o turismo. Do ponto de vista do fomento, as cidades de porte grande concentram grandes empresas financiadoras da cultura, distribuidoras e oportunidades de dar visibilidade à produção. A conferencista também destaca a existência de determinadas “amenidades”, da ordem das facilidades culturais e preferências estéticas, ambientais etc.

As cidades pequenas e as zonas rurais, por sua vez, também possuem atrativos para os produtores culturais e agentes criativos, pois os custos são menores e isso é essencial para artistas que não tiveram acesso à educação artística ou que ainda não acumulam recursos suficientes para garantir qualidade de vida nas metrópoles. Os espaços para produção nas zonas rurais são abundantes, muitas vezes concentrando-se em galpões de fábricas desativadas ou fazendas e casas de campo, o que garante ao artista isolamento e tempo, necessários ao trabalho criativo. O ambiente característico de pequenas comunidades também é considerado favorável ao desenvolvimento de ocupações culturais. A pesquisadora reúne, nesse sentido, as 30 cidades que mais concentram artistas nos Estados Unidos, com destaque para as três primeiras, a saber: Los Angeles, seguida de Nova York e San Francisco. Segundo as estatísticas de seu país, os setores de música e dança são os mais mal remunerados e que se desfazem com maior rapidez.

A terceira questão que lastreia o estudo de Ann Markusen é referente às implicações políticas para as regiões e cidades, enfatizando, na ocasião, as indústrias culturais no Brasil. Tal indagação somente pode ser respondida mediante análises das indústrias e ocupações culturais regionais. Também é fundamental a implantação de estratégias para o aumento do consumo cultural em escala regional, a exemplo da criação de centros culturais em bairros e estímulos à produção local, bem como desenvolver as habilidades características de cada produção cultural.

[1] Graduada em Comunicação Social (rádio e TV) e mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, BA). Pesquisadora na área de Comunicação e Cultura Popular e colaboradora do Programa Pensar a Agir com a Cultura: Curso

Desenvolvimento e Gestão Cultural/ Rede de Gestores Regionais de Cultura - Belo Horizonte/Ouro Preto.