



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
INSTITUTO DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS (IFCHS)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE E CULTURA NA
AMAZÔNIA

**ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS: ENTRE DISCURSOS E
SENTIDOS**

LARISSA DANIELLE TINOCO PACHECO

MANAUS – AM
2018

LARISSA DANIELLE TINOCO PACHECO

ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS: ENTRE DISCURSOS E SENTIDOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia, referente à linha de Pesquisa número 1: Sistemas Simbólicos e Manifestações Socioculturais, como requisito final para obtenção do título de mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre dos Santos Oliveira

MANAUS – AM
2018

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

P116e	<p>Pacheco, Larissa Danielle Tinoco Economia criativa no Amazonas : entre discursos e sentidos / Larissa Danielle Tinoco Pacheco. 2018 107 f.: il. color; 31 cm.</p> <p>Orientador: Alexandre dos Santos Oliveira Dissertação (Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas.</p> <p>1. Manifestações socioculturais . 2. Economia criativa . 3. Amazonas . 4. Sentidos . I. Oliveira, Alexandre dos Santos II. Universidade Federal do Amazonas III. Título</p>
-------	--

ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS: ENTRE DISCURSOS E SENTIDOS

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS, COMO REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA OBTENÇÃO DA NOTA DE DEFESA DO CURSO DE MESTRADO DO INSTITUTO DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS (IFCHS) DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO SOCIEDADE E CULTURA NA AMAZÔNIA.

Examinado por:

Prof.Dr. Alexandre Santos de Oliveira (Presidente)

Profa. Dra. Maria Evany do Nascimento (Membro)

Prof. Dr. Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues(Membro)

MANAUS – AM
2018

Dedicatória

As minhas avós e mãe Lúcia, que são mulheres de lutas e
inspiradoras.

Ao meu pai, irmãos e marido onde a força e o afago estão sempre
presentes.

E ao meu filho Bernardo, que dá sentido a todas as batalhas que busco
vencer.

AGRADECIMENTOS

Ao querido Professor Dr. Alexandre Oliveira , por ter me acolhido todos os momentos, e por ter sido o meu maior parceiro desta jornada acadêmica sempre de forma paciente, sábia e amiga.

Aos professores Dr. Walmir Albuquerque e Dra. Evany Nascimento por todas as contribuições e sensibilidade a abordagem da temática.

A Professora Dra Selda Vale que foi quem despertou em mim a através do NAVI a vontade acadêmica de fazer parte do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia.

A Universidade Federal do Amazonas e a todos os professores das disciplinas ministradas ao longo do mestrado do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia, que muito contribuíram para este trabalho.

A todos os meus familiares e amigos que viveram cada etapa deste processo junto a mim, com palavras de incentivo, confiança e mostrando que é possível acreditar até o último minuto, obrigada.

RESUMO

Este trabalho tem como propósito de estudo compreender os sentidos presentes nos discursos sobre economia criativa enquanto processos socioculturais no Amazonas, bem como: apresentar um panorama sobre o processo de desenvolvimento do conceito de economia criativa; identificar, sob uma perspectiva interdisciplinar, as conexões teóricas que embasam o conceito de economia criativa e investigar o "dito" sobre economia criativa no estado do Amazonas, nos documentos produzidos pela imprensa online do estado (no período de janeiro de 2015 à junho de 2016). O método empregado é a tradução na pesquisa qualitativa, por meio de levantamento bibliográfico e documental. O tratamento aos dados acontecerá através das etapas de aproximação, compreensão e apropriação. O problema central considera a existência de uma economia criativa na Amazônia, e pergunta que sentidos são observáveis nos discursos produzidos sobre esse modelo alternativo de economia enquanto processos socioculturais. O referencial teórico foi concebido sob uma perspectiva interdisciplinar dialoga com as áreas do conhecimento tais como: comunicação, cultura, e sociologia. Perpassando ainda, pelo entendimento dos conceitos de modernidade, globalização, e indústria cultural, além de adentrar no estudo das ausências e emergências dos sentidos presentes no discursos sobre Economia Criativa no Amazonas, levantando futuras reflexões.

Palavras- Chaves: Manifestações socioculturais; Economia Criativa; Amazonas; Sentidos.

ABSTRACT

This study has as purpose of study understanding the means presents the discussed of projects designed the socio economic studies in Amazonas, as well as: present an overview on the process of development of the concept of creative economy; Identity from an interdisciplinary perspective, such as the needs that can create the concept of creative economy and investigate the "said" about the creative economy in the state of Amazonas, in the state's online press work (no period from January 2015 to June 2016)). The method used is a qualitative translation, through a bibliographical and documentary survey. The course is reached through the steps of approximation, understanding and appropriation. The central problem is the experience of a creative economy in the Amazon, and the question of the senses is observable in the discourses produced on the alternative model of economy as sociocultural processes. The theoretical framework was idealized from an interdisciplinary perspective in dialogue with the areas of capital as communication, culture and sociology. In addition, through the understanding of the concepts of modernity, globalization, and cultural industry, besides entering the study of absences and emergencies of the senses, it does not present discourses on the Creative Economy in Amazonas, raising future reflections.

Keywords: Sociocultural manifestations; Creative economy; Amazonas; Directions

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 - Barcos trilhando os rios da Amazônia(uma metáfora referente a chegada do discurso da economia criativa no Amazonas, onde através dos rios trilhamos nossos caminhos e nos são apresentados outros percursos e algumas surpresas durante a jornada) Foto: Nathalie Brasi	15
Figura 2- Produção Autoral – Linha do Tempo - Discurso de Economia Criativa	22
Figura 3 - Produção autoral – Linha do Tempo – Discurso de Economia Criativa chega ao Brasil	26
Figura 4 - Produção autoral – Linha do Tempo - Discurso da Economia Criativa chega ao Amazonas.....	34
Figura 5 – Pelos rios, as nossas conexões.	36
Figura 6 – Barcos aportados em Manaus, imagem fazendo referência a metodologia utilizada através do processo de tradução.....	53
Figura 7- Ponte Rio Negro, fim de tarde, sol se pondo, um evento diário, apresentando um fio de luz para os novos rumos, relacionados ao cotidiano discurso da economia criativa com as novas necessidades para as quais acreditamos que ela deva responder.	72

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de Matérias sobre EC produzidas por ano	64
Gráfico 2 – Percentual do número de Matérias sobre EC produzidas por ano	64
Gráfico 3 – Número de matérias produzidas sobre EC por veículo.....	65
Gráfico 4 – Percentual de matérias produzidas sobre EC por veículo	65
Gráfico 5 – Categorias de público relacionado à EC encontradas nos enunciados	67
Gráfico 6 – Listagem de palavras presentes nos enunciados das matérias sobre EC produzidas no ano 2015 e primeiro semestre de 2016.....	69
Gráfico 7 - Listagem de palavras e quantidade de vezes em que estão presentes nos enunciados das matérias sobre EC produzidas no ano 2015 e primeiro semestre de 2016.....	69

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	58
Tabela 2	59
Tabela 3	59
Tabela 4	60
Tabela 5	60
Tabela 6	61
Tabela 7	62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
2 CAPÍTULO 1: NAS TRILHAS DA ECONOMIA CRIATIVA	16
2.1 Panorama do discurso de economia criativa	17
2.1.1 Os primeiros burburinhos	19
2.1.2 Os relatórios	22
2.1.3 O discurso chega ao Brasil.....	25
2.1.4 O discurso do global no âmbito do plano	29
2.1.5 A trilha do discurso chega ao Amazonas	33
3 CAPÍTULO 2: CONEXÕES TEÓRICAS E O CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA	37
3.1 Modernidade e globalização.....	37
3.2 Indústria cultural: o desencanto e a economia criativa	46
4 CAPÍTULO 3: A ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS	54
4.1 Percurso Metodológico.....	54
4.2 Apresentação de Dados.....	57
4.2.2 Tratamento de dados.....	61
5 Capítulo 4: O discurso da Economia Criativa no Amazonas: ausências e emergências	73
Considerações Finais.....	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
APÊNDICE	88

INTRODUÇÃO

Nossas motivações são o que nos trazem à tona, que alimentam a vontade de conhecer, que nos instigam o saber diante do desconhecido e que nos mostram a possibilidade de reflexões acerca das mais variadas condicionantes que nos constroem enquanto seres. O produzir ciência perpassa por questionamentos que buscam respostas, querem resultados, almejam validações, mas que dentro de todas essas variantes nos fazem pensar sobre, e com este projeto de pesquisa não é diferente.

Esta pesquisa surgiu, num primeiro momento, de uma necessidade de se compreender como eram destinados os investimentos a fomentar cultura no estado do Amazonas, a partir da ótica das indústrias culturais, através de políticas públicas. Esse trabalho foi se moldando para o que verificamos ter um entendimento ainda maior, agora, que é através do estudo dos discursos, das indústrias criativas, compreender os sentidos presentes neles enquanto processos socioculturais de um modelo econômico para o Amazonas, a então, economia criativa.

Portanto, partindo deste objetivo principal, esta proposta de trabalho destinou-se a reunir um arcabouço teórico e estrutural que propiciasse esta análise, para que mais à frente, se pudessem lançar ponderações na forma de apreendê-lo, visando originar outros debates em relação ao objeto de estudo e, até ampliar o campo de discussão do mesmo.

Nossa proposta parte de um panorama sobre o discurso de economia criativa que começou a ser delineado na Austrália, por meio do documento do projeto *Creative Nation* (1994) e, por conseguinte difundindo pelos demais países. Esse início é substancial para que se atinja o objetivo principal, uma vez que o mesmo nos possibilita o desenho de uma estrutura para que possamos conversar entre as áreas de conhecimento, apresentando-as como pressupostos teóricos de base para análise desejada. Portanto, a ideia de se constituir um panorama tem o intuito de compreender o processo de desenvolvimento sobre o conceito de economia criativa.

Tendo em vista esse contexto, quanto à abordagem desses itens, faz-se imprescindível que tenhamos a capacidade de envolver áreas de interesse para identificação desses discursos. Elas partiram de nossa preocupação

quanto à relevância nessa pesquisa e na análise a ser produzida. Sendo assim, elegemos a comunicação, cultura e sociologia como fontes a nos guiar durante este percurso, estando todos interligados pela zona de convergência: Amazônia e, em específico, o estado do Amazonas.

Para nos debruçarmos nessa convergência, verificamos a importância de salientar o que oficialmente se construiu enquanto discurso sobre economia criativa, contemplado através de uma revisitação ao seu histórico e conceitos. A partir de então sugerimos por meio desses pressupostos relacionados a cada uma dessas áreas de conhecimento, identificar esse discurso nos intermeios pertencentes ao Amazonas.

A partir deste ponto, serão investigados nos documentos oficiais produzidos pela imprensa (online) do estado, publicado no ano de 2015 e no primeiro semestre de 2016; essa etapa contará com o tratamento metodológico desses dados que levará à compreensão dos sentidos. Tal compreensão dar-se-á quando conseguirmos conjugar em nossas bases argumentativas o que, por meios oficiais, vem sendo difundido sobre economia criativa no estado do Amazonas, tendo como contraponto um estudo de tradução do que se realiza ou do que se espera, de fato, dessa alternativa em relação a um modelo econômico hegemônico na Amazônia.

Acreditamos que a pesquisa, além de ser uma proposta que visa à compreensão como seu resultado principal, vale ressaltar que dentro do que fora exposto anteriormente, ela também se conjectura enquanto um trabalho de tradução cultural. Ao se procurar compreender os sentidos dos processos socioculturais na perspectiva intrínseca da realidade amazonense, considerando-se sobremaneira sua peculiaridade, deslocando-os de sua origem, produz-se uma semiose, um novo sentido. E é essa “realidade amazonense” que justifica e nos faz considerar esta pesquisa como reflexões de tradução: tradução de um discurso oriundo do outro lado do oceano, de outro continente, num processo de globalização, com a visibilidade econômica da potência amazônica em tese, e numa ampla contextualização.

Em síntese, pretende-se em escala processual: o quê, quando e como se discursou sobre economia criativa até o contexto local, o que se desdobrou no estado do Amazonas, e o porquê de a concentração dessas etapas

desenvolver a compreensão dos sentidos presentes, após investigá-los como um ou outro, para que alcancemos enfim o cerne deste trabalho.

Considerando os objetivos deste trabalho, de caráter explicativo, a abordagem desta pesquisa será de natureza qualitativa. Em virtude desta escolha, empregar-se-á para a análise que se quer produzir, os procedimentos bibliográfico e documental. A investigação do discurso presente dar-se-á a partir dos documentos selecionados, sobretudo daqueles oriundos da imprensa, e se consolidará na posterior compreensão dos mesmos no contexto.



Figura 1 - Barcos trilhando os rios da Amazônia (uma metáfora referente a chegada do discurso da economia criativa no Amazonas, onde através dos rios trilhamos nossos caminhos e nos são apresentados outros percursos e algumas surpresas durante a jornada) **Foto:** Nathalie Brasi

2 CAPÍTULO 1: NAS TRILHAS DA ECONOMIA CRIATIVA

No mundo inteiro se fala que a “economia criativa” tem um lugar importante na crescente economia global. Mas há quinze anos, os termos ‘economia criativa’ e ‘indústrias criativas’ nem sequer existiam. (JONH NEWBIGIN)

O contexto de tempo, relacionado ao surgimento de novos modelos econômicos, os alternativos por assim dizer, e o espaço em que se desenvolvem são inversamente proporcionais (Santos, 2002), e embora a difusão ocorra em um ambiente de importância igualitária (Canclini, 2013), a compreensão dos mesmos paralelamente não.

A economia criativa, por exemplo, apesar de muito ouvirmos sobre ela, e sobre a rapidez com que sua ideia tem sido espalhada e espelhada, ainda é uma zona onde apenas alguns conseguem definir um campo sobre a trajetória executada pela mesma. Podemos dizer que é um modelo recente, de uma ideia em evolução, num ambiente antigo.

Quando falamos de ambiente nos referimos ao contexto econômico em que surgem novas propostas as quais produzem uma certa independência da prática principal, e instituem uma ideia em evolução. Queremos salientar, no entanto, que embora sua concepção seja originária de outrora, quando se falava sobre outras indústrias, ela vai se moldando de acordo com o modelo recente, ou seja, acomoda-se à nova lógica da globalização e ao fluxo de informações, a qual nos leva a pensar em tudo mais rápido, pra agora. (Cocco, 2001; Santos, 2002; Vieira, 2002).

No cerne desses questionamentos, em relação ao nosso objeto de estudo, está o que se constrói a partir desses pontos; dentro da junção de todos eles está o discurso de/sobre economia criativa. E para que possamos apresentar nossas indagações e construções relevantes ao tema, julgamos necessária a elaboração de um panorama sobre o mesmo, a fim de que possamos através deste acompanhar teórica e geopoliticamente como ela vem se desenvolvendo.

Desta forma adentraremos a seguir com a nossa proposta de panorama, salientando pontos sobre o surgimento e desenvolvimento da economia criativa por meio dos locais de ocorrência, motivações e propagação

oriundas de outros cantos, e as vistas socioculturais absorvidas através desse processo.

2.1 Panorama do discurso de economia criativa

Sobre o mundo inteiro ter conhecimento das economias alternativas como fonte de independência do sistema econômico principal é uma afirmação contundente, considerando o contexto em que se desenrolam. De certo modo, sabemos que não é de hoje que são desenvolvidos ideias e planos de enfrentamento em relação ao sistema, seja para fortalecer as mais variadas frentes econômicas, seja para valorizar as classes até então não inclusas oficialmente como parcelas de contribuição social econômica, ou para unificar esses pontos (Cocco, 1999; Vieira, 2002).

O que não se sabe talvez com tanta propriedade é onde, quando e quem primeiramente pensou e falou sobre essas ideias e planos com o intuito de apresentá-los como um modelo econômico alternativo. Muitas das vezes podemos pensar que ela apenas surgiu vindo das motivações apresentadas anteriormente, ou que é uma criação recente, uma tendência, e o conceito de tendência por si só já responderia sua propagação, ou ainda pensada como uma resposta aos mercados que necessitam de modelos novos de subsistência.

Vejam que mais uma vez apresentamos inúmeras motivações, mas não demos essência a sua existência, e a proposta do panorama é justamente essa, revisitarmos-la em seu particular, pontuando onde e quando o discurso de economia criativa surge sob os moldes de uma alternatividade contra um modelo hegemônico (Santos, 2002), e de quem o desenvolve arrazoando esses questionamentos.

Economia Criativa, nessas considerações, é um conceito recente de uma economia alternativa conhecida em tempos passados como indústria criativa e indústria cultural. E embora cada uma delas tenha sua própria conceituação e se diferenciem por meio delas, sua origem é a mesma. Perpassa, norteadas de questões referentes à arte enquanto bem de consumo, a classificação das atividades consideradas intelectuais, a valorização do

produto em relação ao artista que o compõe, ao acesso a cultura e também à massificação (Adorno, 2002; Howkins, 2012).

Teoricamente, todas essas conceituações podem ter sido definidas há pouco tempo, mas sabemos que pensar sobre isso não; conhece-se talvez a economia criativa, com outra denominação, num outro tempo e principalmente num outro contexto (Dowbor, 2000), mas as 'atividades' humanas inerentes à criatividade, e às ações que a determinam podemos dizer que são as mesmas.

Para Newbigin (p.13,2010),

[...] o desejo de criar coisas que vão além da dimensão pragmática (coisas que são bonitas ou que comunicam um valor cultural através da música, teatro, entretenimento e artes visuais ou, ainda, que comunicam uma posição social através do estilo e da moda) é tão antigo quanto a humanidade. Sempre existiram e existirão pessoas com a imaginação e os talentos necessários para consegui-lo, assim como pessoas que pagarão por ele.

Segundo o autor, esta é a base da economia criativa: a quantificação através da valoração das atividades de cunho cultural, gerando diante do binômio demanda e consumo, um pretexto de fortalecimento do discurso de produção industrial dessas atividades(Vieira,2002).

E, conforme o que comentamos anteriormente, essas atividades por sua vez continuam as mesmas, porém vamos ressaltar que em outros tempos elas eram aquelas que preenchiam ou eram exercidas durante o tempo livre, mas que agora fazem parte da vida laboral, e assumiram outra característica que está dotada de valores agregados.

Ao se inserirem à vida laboral da humanidade, essas atividades desenvolvem valor de troca, valor funcional e valor expressivo; este é o único que ainda se mantém fiel a sua função primária, embora já não mais na mesma investida (Newbigin, 2010).

Tais valores permitem que essas atividades sejam interpretadas pelo mercado como um bem de consumo, ou seja, tudo o que é produzido dentro deste campo. Antes o que era apenas expressividade natural humana, com a valoração, passou a ser absorvida de outro modo, e com a designação de uma razão de ser que justificasse sua produção, posicionamento quanto à precificação e ainda o apego em larga escala, mudou-se o caráter dessa

atividade, tornando-a apenas mais uma dentre tantas. (Adorno,2002; Bourdieu, 2006).

Com abordagens diferentes, num outro desenho econômico, e agora usufruindo de outros elementos, que podemos dizer são um dos responsáveis por fazê-lo tomar força, vinculando ações culturais, práticas de produção modernas e o impulso da tecnologia digital (herdado da globalização), surgem as necessidades de consumir o que é produzido pela soma disso; passa a existir, então, a economia criativa nos moldes atuais e o discurso em torno da mesma.

Partindo-se dessas prerrogativas expostas, começaremos a traçar adiante a nossa proposta de panorama sobre este discurso, considerando para essa tarefa os documentos oficiais, as justificativas, o local e a fala dos agentes precursores do modelo, pois assim podemos avaliar suas intencionalidades e interpretações sobre a temática.

2.1.1 Os primeiros burburinhos

Constituída de campos fortes de atuação, na economia criativa, consideram-se seus dois braços - a economia e a criatividade (cultura) - no mesmo nível de coexistência em relação ao labor industrial ao qual pertencem.

E com o intuito de defender o aproveitamento de oportunidades geradas por esse contexto de globalização, avanço e rapidez das mídias sociais, enriquecendo a atividade criativa e sua contribuição econômica para o estado, que, pela primeira vez, com o discurso do projeto Creative Nation¹ (Nação Criativa), proferido pelo primeiro-ministro Paul Keating, no ano de 1994, na Austrália, fora identificada a menção sobre economia criativa como um modelo econômico enaltecido dessas duas atuações de cultura e economia em conjunto.

No discurso, o então primeiro-ministro reconhece a força de tais desempenhos conjugados:

¹ Creative Nation - é um projeto do governo australiano com o objetivo de desenvolver uma política cultural, ampliando o potencial econômico aliado ao potencial cultural do país. E ficou conhecido como um documento oficial que marca o discurso de economia criativa internacionalmente.

Esta política cultural é também uma política econômica. Cultura cria riqueza. Em termos gerais, as nossas indústrias culturais geram 13 bilhões de dólares por ano. Cultura emprega. Cerca de 336.000 australianos são empregados em indústrias relacionadas com a cultura. Cultura agrega valor, faz uma contribuição essencial à inovação, marketing e design. É um emblema da nossa indústria. o nível de nossa criatividade determina substancialmente a nossa capacidade de adaptação a novos imperativos econômicos. É uma exportação valiosa em si mesmo e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes, é fundamental para o nosso sucesso econômico (Austrália - Creative nation: Common wealth cultural policy, October 1994 – Tradução livre).

É relevante compreender o cenário primário em que se desenvolveu esse discurso na Austrália:

Primeiramente, tomando de partida as ideias originárias da indústria cultural (Adorno, 2002), num tom peculiar à depreciação pelos teóricos da Escola de Frankfurt, foram identificadas oportunidades de geração de receita para o estado nas atividades criativas por meio de sua valoração. Alguns números contidos na fala do primeiro-ministro australiano explicitaram esse processo.

Segundo, o Governo Australiano tentava uma aproximação formal com esses eixos motivadores da economia que até então atuavam em paralelo às ações governamentais, a fim de criar uma política pública cultural que a todos beneficiasse.

E por fim, a proposta desta economia seria uma movimentação com vistas a um fortalecimento da identidade cultural nacional e com uma concepção mais ampla sobre cultura, incluindo mais áreas de atuação destacando suas potencialidades de produção (Austrália, 1994. Departamento de Comunicações e Artes).

A partir do Creative Nation, a então apresentação inicial de política pública cultural proposta pela Austrália ganhou forças para uma aplicabilidade econômica que pudesse ser desenvolvida em outros países, que de alguma forma já a realizavam, mas não com cunho de reconhecimento governamental

com bases definidas através de políticas e que conglomerassem e abrangessem tantas áreas da cultura e arte.

Depois deste primeiro momento, mais precisamente três anos depois, era a vez de a Grã-Bretanha anuir ao mesmo discurso, com propósito de renovar a gestão pública, valorizar a classe criativa e fortalecer a identidade cultural. Foi na Inglaterra que o discurso ganhou visibilidade através da fala do então primeiro-ministro Tony Blair, e foi lá também que pela primeira vez foi realizada a categorização da classe criativa em 13 frentes de trabalho com o objetivo de alavancar o desenvolvimento do país (Atkinson, Smith e Sweeting, 2007; Newbiggin, 2010).

Foi o proferir vindo da terra dos Cangurus, e posterior na terra da Rainha Elizabeth, que fizeram da economia criativa um modelo econômico direcionado ao desenvolvimento sustentável, que considera a propriedade intelectual, associada à cultura, inovação e criatividade, como o mais promissor ativo da economia contemporânea (Howkins, 2012).

É interessante, porém dizer que nesses lugares foram realizados os primeiros discursos governamentais a título de políticas públicas, mas que a ideia de Economia Criativa, talvez não a época com esta nomenclatura, já havia sido abordada em 1990, pela primeira-ministra britânica do partido conservador inglês, Margareth Thatcher.

O contexto político e econômico em que a primeira-ministra realizou seu discurso foi em uma Inglaterra cujo aumento da pobreza e a desigualdade social era exorbitante, e sua saída do parlamento acontecia em meio a grande crise no país, com grande número de desempregados e imigrantes, colocando sobre o sujeito a responsabilidade de providenciar o seu sustento e não ao Estado.

Ela apresenta a ideia atribuindo os conceitos de liberdade e competitividade que se estimula a alma empreendedora. E através disso a geração natural de riquezas para o Estado, cujo objetivo é arrecadar a fim de manter sua política assistencialista e combater a miséria, de forma mascarada.

2.1.2 Os relatórios

Embora haja pouco tempo entre a menção primária (1994) e segunda (1997) do discurso, ele só foi entendido como uma prioridade de engajamento pelas demais nações, efetivamente, a partir do ano de 2004, dez anos depois do discurso australiano, na Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD2), agência do sistema da Organização das Nações Unidas (ONU), que incluiu o tema das indústrias criativas na economia internacional e na agenda do desenvolvimento.

É possível analisar rapidamente o tempo que passou para que, de fato, houvesse uma mobilização para uma organização dessa temática em âmbito internacional, e para que o discurso oriundo da gestão pública governamental pudesse ser propagado unificadamente. Desde o ano de elaboração e publicação do primeiro relatório global sobre economia criativa em 2008, se passaram quase quinze anos (ver linha do tempo).

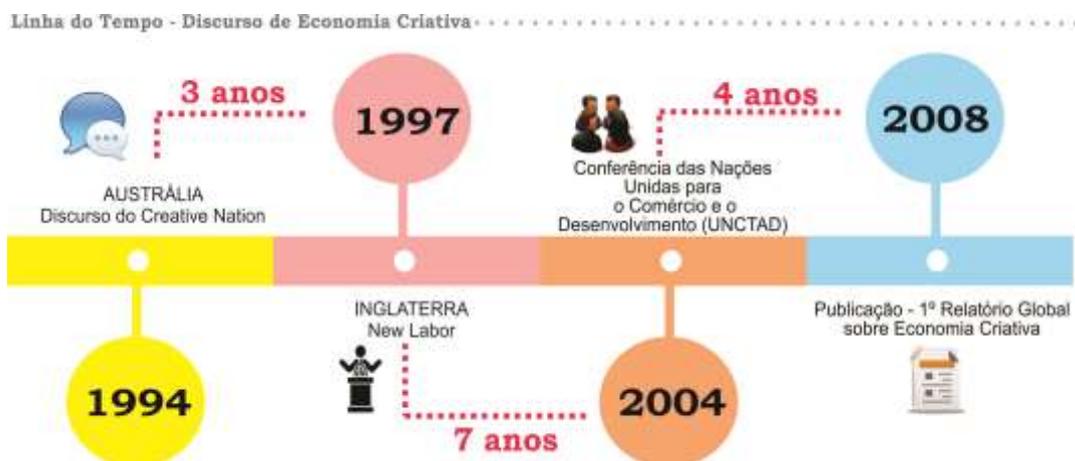


Figura 2- Produção Autoral – Linha do Tempo - Discurso de Economia Criativa

Neste relatório elaborado pela UNCTAD e publicado pela ONU em parceria com as demais agências que a compõem como a UNDP (Programa

² UNCTAD - A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento se autodescreve como promotora da “integração amigável de países em desenvolvimento na economia mundial”. Além de integrar a economia criativa a objetivos mais amplos de desenvolvimento, a UNCTAD atua como fórum de discussão intergovernamental, tem tarefas de pesquisas e análises, e presta assistência técnica para o desenvolvimento a governos no mundo inteiro (Newbiggin, 2010).

das Nações Unidas para o Desenvolvimento), a UNESCO(Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), a WIPO (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) e a ITC (Centro Internacional de Comércio), estão eixos basilares em torno do tema para que os países em desenvolvimento o busquem a partir da adesão à economia criativa.

É necessário dizer que a partir deste relatório foram gerados outros, contemplando biênios enquanto tempo de produção, e que esse, de 2008, junto com o de 2010, foram primordiais para a expansão do discurso de economia criativa encontrar destino em países em desenvolvimento, sobre o guarda-chuva celebrativo que lhe é característico.

Neles é possível identificar por meio dos dados de bens e serviços criativos em escala mundial, o compromisso dessas nações, objetivado pelos caminhos de formulação e de execução de políticas públicas ligadas ao incentivo desse modelo econômico, de forma inspiradora e abalizada, como consta no trecho a seguir do relatório de 2010.

Adequately nurtured by governments and public and private-sector partnerships, the production, sale, and trade of creative goods can broaden developing-country economies, create a wide variety of jobs, and spur innovation, the CER contends (UNCTAD / PRESS / PR / 2010/052 Divulgação:14 de dezembro de 2010).³

Nessa citação vemos uma necessidade de absorção gerada em relação ao discurso de economia criativa nos países em desenvolvimento como a oportunidade da economia atual atingível, que faz crescer, que nutre as receitas, e que em concomitância permite a valorização cultural, social e humana dos envolvidos, em tese seria o melhor dos dois mundos de atuação.

O CER (Creative Economy Report) de 2010 tem o seu direcionamento discursivo voltado para as estatísticas e estratégias de formulação e execução de políticas a partir do engajamento dos governos, que segundo o relatório deve ser: 1. Facilitar e coordenar o setor criativo de forma a viabilizar o

³Tradução livre:

Adequadamente nutrido pelos governos e parcerias públicas e privadas, a produção, venda e comércio de bens criativos podem ampliar as economias de países em desenvolvimento, criar uma ampla variedade de empregos e estimular a inovação, o CER (*Creative Economy Report*) afirma. O relatório diz que os quadros institucionais e regulamentares adequados são necessários para estabelecer um "nexo criativo" que atrai investidores, tecnologia e negócios (UNCTAD / PRESS / PR / 2010/052 Divulgação:14 de dezembro de 2010).

crescimento econômico; 2. Gerar empregos; 3. Formalizar a classe criativa; 4. E aumentar as participações na economia global.

É interessante abriremos um parêntese, e dizer que tão importante quanto as ideias de desenvolvimento por meio do modelo econômico contemporâneo (Santos, 2002), é o entendimento de governação aliado a tais opções de implementação de novas economias, pois vimos que para o discurso se expandir ou se firmar o governo dos países precisa se aliar aos direcionamentos estipulados.

Em sociedades cada vez mais complexas e fragmentadas, em que o Estado já não tem capacidade para governar sozinho e com êxito, a governação refere-se aos processos que conduzem a alguma ordem social, à decisão sobre objetivos, à elaboração de políticas e à prestação de serviços. A governação faz-se através de alguma conjugação (imprevisível ou contingente) de mercados, hierarquias e redes, com recurso a negociações formais e informais. Uma governação “de sucesso” requer, portanto, a existência de um elevado grau de concordância intersubjetiva. Há, contudo, um problema – nem todos os interesses ficam contemplados nos acordos de governação e nas redes que os sustentam (ATKINSON; SMITH; SWEETING. p 59-79, 2007).

Para exemplificarmos podemos voltar à Inglaterra de 1997, no contexto em que se insere a economia criativa. O governo desta época era um governo considerado conservador, embora seu primeiro-ministro, Tony Blair, fosse líder do partido trabalhista inglês, mas que propôs através da sua governança urbana um projeto de modernização do poder local, o New Labour, com políticas influenciadas pelo neoliberalismo que propiciaram um processo de “individualização”, procurando tornar os cidadãos cada vez mais responsáveis pela construção do seu próprio futuro pela via da participação em decisões e pela escolha de opções responsáveis.

Sobre o New Labour e o cenário inglês:

A alteração proposta pelo New Labour (e adotada pelo partido trabalhista inglês) retirava as referências à nacionalização de recursos e empresas, assumia a posição do partido enquanto “socialista-democrático”, e usava conceitos amplos e genéricos (sem qualificá-los) como “solidariedade”, “tolerância” e “respeito”[...]também assumiu claramente a defesa da economia de mercado[...] Nos primeiros anos em que Blair foi o Primeiro Ministro, foram

aprovadas leis prometidas há muito, como: Salário Mínimo Nacional, Os Atos de Direitos Humanos e de Liberdade de Informação, a descentralização do poder Inglês no Reino Unido [...] (SILVA, 2015).

Daí então a aceitação do modelo da economia criativa como um modelo de desenvolvimento sustentável que compreendia os anseios de governança do então partido conservador inglês, que por sua vez aderiu à temática sabendo exatamente qual era o papel a ser desempenhado.

Algumas ideias como a governança são primordiais que tenhamos para que possamos clarificar contexto e tempo em que o discurso foi se desenvolvendo e alçando novos rumos. Entendê-la nessa situação a partir de um exemplo real, é o que também vai nos encaminhar para as demais etapas dessa produção.

2.1.3 O discurso chega ao Brasil

No percurso temporal da economia criativa, optamos por não explicitar anteriormente, de forma proposital, uma conferência importante no contexto desta discussão, para mais uma vez correlacionarmos à ideia de tempo presente nesta jornada. Referimo-nos à Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), de 2004, que foi realizada em São Paulo, com a sua XI sessão, tratando do tema.

Desde então o país procurou promover iniciativas de adesão à economia criativa, conforme frisam os relatórios de 2008 e 2010, como uma alternativa para o desenvolvimento. O anseio pela institucionalização da temática foi grande desde a conferência, mas se realizou tardiamente. Traçando no panorama nacional a cronologia, o marco relacionado à economia criativa no país data de 2011, no qual se tem como referência o Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, publicado em 2012.

De 2004 a 2011, constam oito anos, até uma ação que acenasse positivamente a aderência ao modelo por parte do governo federal brasileiro, alocado especificamente na criação da Secretaria de Economia Criativa no âmbito Ministério da Cultura (MinC) durante o governo Dilma Rousseff (presidente pelo Partido dos Trabalhadores), objetivando o fomento e

coordenação de ações criativas por todo país.(Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações,2012)



Figura 3 - Produção autoral – Linha do Tempo – Discurso de Economia Criativa chega ao Brasil

Com o plano de gestão intitulado Brasil Criativo, foi reunido através de diretrizes mais de 20 ministérios, e os demais envolvidos diretamente, com o intuito de: incentivar a criação de novos modelos de negócios e fomentar a inovação em outros.

Assim chega ao Brasil o discurso de economia criativa, conjecturando política comercial com política econômica e social, buscando a mediação do diálogo entre os mais diversos atores que a compõem governamentalmente como: o setor privado, a sociedade civil, e terceiro setor.

O novo MinC deseja construir um novo desenvolvimento para o Brasil, de forma transversal com os demais ministérios, agências de fomento, instituições internacionais, Sistema S, universidades, segmentos criativos, poderes legislativo e judiciário, estatais, institutos de pesquisa, organizações do terceiro setor, enfim, com os estados e municípios brasileiros. Mas, para a construção de um novo desenvolvimento é necessário a construção de uma nova mentalidade econômica (LEITAO in Plano da Secretaria de Economia Criativa, p.9, 2012).

A atuação e interesse próprios de cada desses atores citados anteriormente num país em desenvolvimento como o Brasil e de uma dimensão territorial ampla, é um movimento interessante de analisar (Vieira,2002) , considerando elementos de onde o discurso surgiu, por exemplo, quanto a sua cultura política.

Howkins (2012), autor inglês considerado o “guru” da economia criativa, clarifica um pouco esse conceito de cultura política no Brasil como uma via de mão dupla para implementação do modelo no país.

Vocês têm um grande senso de estilo, ótima energia e paixão. Mas no Brasil, hoje, a agricultura e o sistema de manufaturas é que são fortes e as lideranças não querem mudar esse panorama. Como a economia brasileira está indo bem, no momento, é difícil dizer que é preciso mudar. Mas, na verdade, eu também não estou dizendo isso. O que quero dizer é que as pessoas, em particular os jovens, deveriam ter mais liberdade para desenvolver suas ideias. Eles deveriam ter mais prazer com suas ideias (HOWKINS.Entrevista a Revista Exame. Versão Online, p.2, 2012).

A cultura política dos países em desenvolvimento, assim como eles, está em formação para algumas questões voltadas à economia (Santos, 2002). O fato de a economia criativa em parte agir na transversalidade, no imensurável e no alto-risco, preocupa os gestores políticos do nosso país, que ainda se apoiam na economia tradicional baseada no setor primário, no volume de negócios, em grandes bases industriais e matéria-prima (Howkins, 2012).

Ao mesmo tempo em que agem no primeiro setor, pelo fator segurança econômica, os gerenciadores dos países em desenvolvimento têm interesse pela inserção global no panorama de realizadores de políticas públicas e governamentais destinadas à cultura e fomento das atividades criativas. Eles veem nessas oportunidades, como se propaga o próprio discurso, uma oportunidade de estarem conectados e de serem parte desse processo. Tal conexão, segundo Silveira (2006), faz referências às ideias de globalização e localização.

Voltando ao papel da Secretaria de Economia Criativa no Brasil, enquanto representante governamental desses gestores, pode-se dizer que a nossa experiência nesse cenário efetivamente foi muito rápida e curta, uma vez que a criação data do ano de 2011 e a sua desarticulação no ano de 2015.

Passamos cerca de dez anos para acenar positivamente quanto ao modelo econômico apresentado pela valorização industrial dos processos criativos (Salles, 2000) e quando o fizemos, sua passagem ocorreu meteoricamente, mas como neste momento isso é apenas um ponto a ser apresentado nos ateremos a ele mais tarde durante esta obra.

O fato é que enquanto atuante, a secretaria propiciou através do seu projeto político ações em todo o território durante os anos de 2011 a 2014 conforme o Plano da Secretaria de Economia Criativa, que foi considerado pelo seu discurso governamental, como um marco que simbolizava o reposicionamento da cultura como eixo de desenvolvimento do país.

Neste sentido, a criação da Secretaria da Economia Criativa é um reconhecimento claro por parte do governo brasileiro, através do MinC, do potencial protagonista das atividades criativas para o país, numa perspectiva de longo prazo, tendo como norte o desenvolvimento mais inclusivo e sustentável (COUTINHO in Plano da Secretaria de Economia Criativa,p.6, 2012).

Ao falarmos de onde o plano se alocou, por assim dizer, é importante neste momento, fazermos uma leitura política no sentido em que se aplicam essas locações. E o questionamento que implicamos aqui é, porque no Brasil a política pública de Economia Criativa ficou sob os cuidados e critérios do Ministério da Cultura e não no Ministério de Indústria, Comércio Exterior e Serviços, uma vez que é uma política econômica.

Essa indagação é pertinente quanto ao pensarmos em política pública colocamos em voga as questões de politização e ideologia, das quais devemos considerar como fizemos até aqui, referenciando o contexto em que se aplica.

Como disse a primeira-ministra inglesa Margareth Thatcher em seu discurso sobre ainda à ideia do que seria a Economia Criativa alguns anos depois, ao Estado importa os atributos oriundos da riqueza, para assim fomentar suas políticas públicas em busca da igualdade social (Pinto,2016), no caso da Economia Criativa, é a capitalização daquilo que é entendido como criatividade.

Max Weber(1864-1920), acreditava que a função do sociólogo é compreender o sentido das chamadas ações sociais, e fazê-lo é encontrar os nexos causais que as determinam.

A arte inicia o processo de entender seus próprios significados: a estética, a criação artística, as diferentes linguagens da arte, sem mais referir-se à religião ou à política para tal, para o autor a sociedade só pode ser compreendida a partir do conjunto das ações individuais. (Lemos, 2017)

Seria esse o princípio da emancipação social (Santos, 2002), aquela a qual Thatcher se refere como empreendedorismo, e a qual o Brasil tratará como uma política pública cultural, na ressignificação da indústria cultural de Adorno, com outro nome, dentro da arte, porque é onde está também uma representação de esquerda, e é onde todos os discursos políticos desde a Austrália se encontram e se justificam.

Além disso, não dá impressão de que é coisa oriunda do capital, pois no espaço da criatividade, não se trabalha com ideia de vida, sobrevivência e superação da desigualdade, e sim com a geração de emprego e renda e inovação.

E é no Minc e não no Mdic que isso acontecerá sob os cuidados das ONGs como bem estabelece o Plano de Economia Criativa nacional, através de financiamentos, da Lei Rouanet, e da aglomeração das classes criativas originárias das tantas áreas que podem gerar retorno ao Estado, como uma política pública econômica com vistas de política social.

2.1.4 O discurso do global no âmbito do plano

A unidade visível de macrocosmo e de microcosmo mostra aos homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Toda cultura de massas em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela, começa a delinear-se. (ADORNO)

A partir da reflexão de Adorno (2002) em torno da cultura, dentro do subtítulo da chegada do discurso ao Brasil, ponderamos a necessidade do Plano da Secretaria da Economia Criativa ser revisitado para que seja visto em quais intermeios essa proposta de política pública cultural se constrói.

Consideramos plausível uma abordagem pontual em relação ao Plano da Secretaria de Economia (2012), nos capítulos intitulados Os desafios da economia criativa brasileira, à página 36 e A Secretaria da Economia Criativa à página 39 como uma tentativa de entender o contexto do Brasil enquanto um país que busca inserção e visibilidade econômica global através desse modelo.

Sobre os desafios da economia criativa brasileira, o documento nos direciona a cinco quesitos que resumidamente se atém à obtenção de um levantamento e dados próprios sobre a temática, à articulação de estímulo ao

fomento, à educação para gerar competências criativas, infraestrutura de criação, produção e circulação desses bens criativos e por último à apresentação dos Marcos Legais para os setores criativos.

É interessante que a propositura se inicie através dos desafios. Consideramos ser uma busca do país em se compreender quanto ao aspecto de realizador, ou microcosmo dessa política pública, e partindo disto entender a situação em que se aplica o discurso, do macrocosmo, originário do outro lado do mundo, e voltarmos a pensar sobre indústria cultural (Adorno, 2002) e cultura política nacional de que: “Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado”.

Há desafios que convergem com competências múltiplas que cremos exigir uma maior articulação para este desenvolvimento e, nesse contexto, cita-se como exemplo o levantamento de informações e dados sobre o tema. Também entendemos que é necessário construir um histórico e uma base de dados sobre economia criativa no Brasil. Se bem observarmos, até a criação do Plano não tínhamos classificador de como fazê-los, então consideramos as perspectivas também vindas com o discurso de outros lugares (como exposto na linha o tempo anteriormente).

Assim como o fato de objetivarmos uma memória acerca da temática por meio deste mesmo levantamento, que é outra vertente da qual não possuímos o hábito (Salles, 2000), também faz parte projetar referências que não conhecemos, e que no campo da ação nos geram empecilhos diante dos detalhes, das particularidades.

Mas iremos nos ater à contemplação apenas de alguns desses desafios, para apresentar-lhes o que supomos alcançar nas intercessões do caminho percorrido pelo discurso de economia criativa até chegar ao Brasil.

Dessa forma, outro desafio que pensamos ser necessário ponderar dentro desse alcance, é o de educar para gerar competências criativas, conceito abarcado da indústria cultural, que trata da técnica aliada à produtividade, criatividade e mercado, e de como, segundo o teórico da escola de Frankfurt, aquela (indústria cultural) se adapta aos desejos por ela evocados. Para Adorno (p.9, 2002), “a técnica enquanto cerne de desenvolvimento econômico, justifica a estandarização e a produção da arte

em série, sacrificando aquilo que pela qual a lógica da obra se distingue da lógica do sistema social”.

O ato de educar, que faz parte da lógica do sistema social, aqui no Brasil deveria ser diferente do adotado na Inglaterra e na Austrália, mas isso também é um quesito de reflexão, pois o discurso produzido nos relatórios internacionais, proferidos pelos grandes líderes e gestores públicos, considera somente a sua realidade e a celebração em realizá-lo naquelas condições (Creative Nation, 1994; New Labor, 1997; CER 2008 e 2010; Howkins, 2012).

O último que gostaríamos de abordar está no ponto sobre infraestrutura. Quando se fala sobre circulação, temos duas ideias a refletir: a primeira é considerar obrigatoriamente a extensão territorial nacional, seja Norte-Sul ou Leste-Oeste. Isso sozinho é onde o discurso tem que atingir, de forma igualitária, e ainda abrangendo as peculiaridades das regiões, que numa pátria como o Brasil, chegam a ser tão grandes quanto sua extensão. O segundo ponto de reflexão está no ato de alcançar o imensurável, que são as fronteiras a serem percorridas nesses caminhos, é o encontro de outros discursos, no qual o global pode não ser tão reconhecido assim (Bourdieu, 2006; Canclini 2013; Santos, 2002).

A junção desses pontos em particular nos dá a leitura de que o plano desenvolvido, a começar pelos desafios de uma economia criativa brasileira, é uma corrida justificada para ser uma das fatias do mercado que abraça a economia criativa tardiamente, mas que procura contemplar os anseios dos discursos do Creative Nation, da Austrália de 94, e do New Labour, na Inglaterra de 97, num Brasil de 2011.

Vale a pena dentro desta mesma dinâmica de estudo, apresentarmos a Missão, Visão e Objetivos a que se destina o plano, pois entendemos que são as diretrizes principais dessa efetivação e o tópico intitulado de A Secretaria da Economia Criativa é o encarregado de explicitá-los.

A missão do Plano é:

[...] conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros (Plano da Secretaria de Economia Criativa, p. 39, 2012).

A visão:

A Secretaria da Economia Criativa será a pasta responsável pelo reposicionamento do Ministério da Cultura no Governo Federal, contribuindo de forma efetiva e eficaz para tornar a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Estado brasileiro (Plano da Secretaria de Economia Criativa, p. 39, 2012).

Objetivos:

Como a missão da Secretaria da Economia Criativa está diretamente associada ao cumprimento da Estratégia 4 – “Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável”, fez-se necessária a definição de objetivos alinhados às diretrizes componentes desta mesma estratégia. Um ponto importante é compreender que, em função da ampliação do escopo da Economia da Cultura para Economia Criativa, essas diretrizes também foram ampliadas [..]. Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa (Plano da Secretaria de Economia Criativa, p. 39, 2012).

Optamos por apresentar o conteúdo em sua totalidade, para verificarmos a partir das suas intencionalidades o compromisso com a leitura que estamos fazendo desse processo de realização, e conseguimos vislumbrar que cada um deles tem a preocupação em obter respostas ou soluções para o tópico Desafios constante no mesmo documento.

Também conseguimos enxergar, o que Santos (2002) vai abordar referente ao tempo (realização), isto é, que todas essas respostas têm por finalidade a extensão do futuro como local de realizar esse plano, e pouco para o presente, clarificado através do reposicionar dos postos, dando conta de nos situar.

Outra avaliação importante, quando no item Objetivos fica explícito o movimento da pasta encarregada de adotar a economia criativa como um modelo econômico, talvez antes da absorção do discurso e dos elementos que o constroem, quando se pede que o que antes se lê economia da cultura (ideias de indústria cultural), agora “leia-se economia criativa”, em virtude da amplitude da sua terminologia (Newbiggin, 2010).

Fizemos até aqui o que podemos chamar de uma breve arqueologia de como através do plano de trabalho da Secretaria de Economia Criativa no

Brasil, são identificados inúmeros subsídios capazes de nos mostrar como uma política de desenvolvimento econômico também se dilata no entorno da composição presente no seu discurso.

São as intencionalidades, terminologias, concepções, locais, sujeitos e tantos outros que lidam em conjunto, implantados nessa cadencia de trilhas percorridas pelo discurso até que cheguem ao ambiente de análise, que deixam rastros que, acredita-se, devem ser investigados com maior dedicação em seus detalhes.

E como o Brasil é parte intermediária desta trajetória, aplicamo-nos em delinear com certo aprofundamento as questões que observassem o que discorreremos no parágrafo anterior para chegarmos até o círculo de ação principal que é o estado do Amazonas.

2.1.5 A trilha do discurso chega ao Amazonas

A cultura contemporânea a tudo confere ar de semelhança [...] cada setor se harmoniza em si e todos entre si. As manifestações estéticas, mesmo a dos antagonistas políticos, celebram da mesma forma o elogio do ritmo do aço. (ADORNO)

Seguindo a contemporaneidade cultural e a celebração ao ritmo do aço, ou seja, as heranças deixadas da indústria cultural agora na roupagem da economia criativa, o Amazonas não pode ou não conseguiu manter-se inerte, e a partir da política pública cultural do país, o estado fez parte do plano nacional e aderiu à proposta de se assemelhar aos demais.

Através do Plano da Secretaria de Economia Criativa (2012) na ação de estímulo ao fomento e educar para gerar competências criativas, o Amazonas estava no calendário de execuções para sediar o primeiro observatório da região norte referente à temática, através da articulação da Secretaria de Estado da Cultura (SEC), e não aleatoriamente fora escolhida para aloca-lo na Universidade Federal do Amazonas(UFAM).

Dessa forma, a missão de conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento desse modelo estava garantido por meio das atividades a serem destinadas e realizadas neste observatório.

O Observatório de Economia Criativa do Amazonas (OBEC) foi inaugurado em 01 de outubro de 2013, sob a coordenação da professora Socorro Chaves, pró-reitora de Inovação Tecnológica e fora o primeiro do Brasil a abordar a temática.

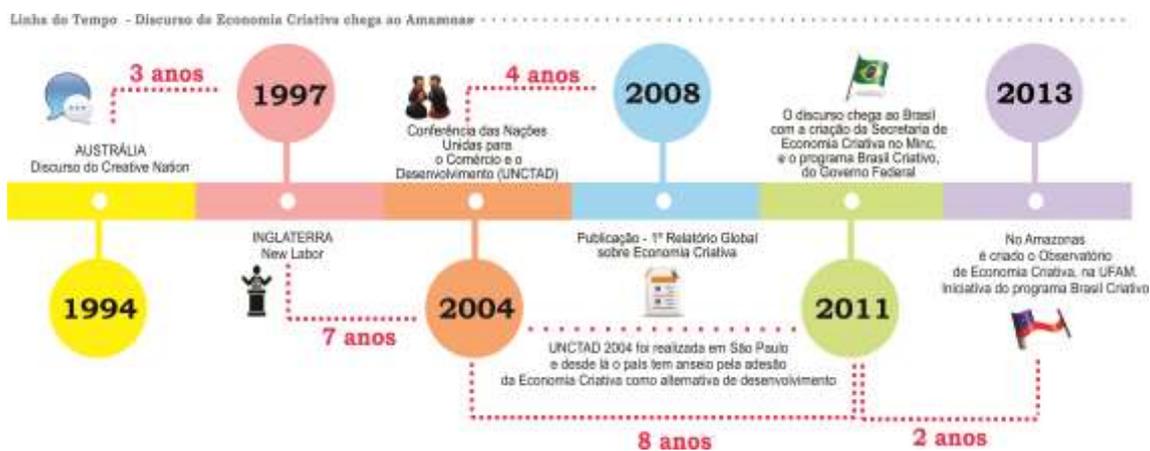


Figura 4 - Produção autoral – Linha do Tempo - Discurso da Economia Criativa chega ao Amazonas

O objetivo do observatório regional é salientar o que já expomos anteriormente, e ser um braço do Ministério da Cultura, que apoia o desenvolvimento de estudos e pesquisas, para que depois todas essas informações possam possibilitar o surgimento de políticas públicas que atendam aos setores da economia criativa. Além disso, o OBEC incentiva a capacitação de agentes culturais, através dos parceiros, desenvolvendo ações em prol do setor artístico-cultural no Amazonas.

Nas palavras do representante do MinC, Marcos André Carvalho, durante a inauguração, a relevância do Observatório é indicar as perspectivas do Amazonas concernentes à economia criativa. “Os estudos do OBEC vão determinar o futuro do desenvolvimento dessa região”, disse o representante do Ministério da Cultura.

Mas ao passo em que enaltecia a oportunidade popularizada pelo discurso de economia criativa que invadiu os quatro cantos do país, o representante também foi claro quanto à situação do Amazonas no que se refere à economia criativa, reconhecendo que “Precisamos incluir o Amazonas nesse potencial de economia criativa”.

Mais do que inclusão, do que a vista do potencial, está o estado mediante ao discurso, e o reconhecimento de si próprio enquanto agente do

mesmo, na realidade da economia criativa que o cerca. Nessa perspectiva, o Amazonas deveria então conseguir ver-se antes de ser visto.

Pensar nas semelhanças que o discurso gera também deveria nos fazer pensar enquanto estado, nas particularidades, propriedades, e subjetividades intrínsecas ao caráter cultural, antes de voltarmos as suas conceituações e aplicabilidades em que nos inseriram.

Produzir conhecimento acerca da temática enquanto um polo viabilizador de atividades como essa, deveria nos permitir produzir nossa atitude diante do discurso, e não repercuti-lo sem estranhamento (Santos, 2002).

E é assim que o discurso de economia criativa chega ao Amazonas: como uma oportunidade de um momento nacional, como uma celebração oriunda do ritmo do aço vinda de outros lugares, como uma alternativa de se produzir conhecimento em virtude das nossas potencialidades, mas também ainda irreconhecível quanto a sua capacidade de fazê-lo a partir dos seus parâmetros, na verdade até mesmo de paramenta-los.

E é com os olhares sobre essas questões que esse trabalho tende a se construir, na busca de respostas e do entender como se compor sem se decompor (Salles, 2000), como se apresentar sem revisitar padrões dos quais não faz parte, e como nos estabelecer na peculiaridade sem sermos compreendidos como distintos ao fazer economia criativa no Amazonas.

Para isso, consideramos primordial esta primeira etapa da caminhada, por trilharmos desde a compreensão da origem até a chegada do discurso até nós. Com efeito, serve-nos para situarmos e compreendermos qual proposta de economia criativa se apresenta, visualizando as ideias no campo geopolítico (Canclini, 2010; Santos, 2002; Silveira, 2006), e constituindo as relações presentes nas tantas intercessões dessa trilha, até chegarmos ao círculo de estudo e análise que nos interessa enquanto objeto.

A partir disso, a nossa trajetória por essa trilha passa a seguir para as considerações que nos auxiliem a tratar as perspectivas mostradas até aqui.



Figura 5 – Pelos rios, as nossas conexões.
Foto: Nathalie Brasil

3 CAPÍTULO 2: CONEXÕES TEÓRICAS E O CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA

Decerto, compreender economia criativa nos leva a inúmeras convergências, e algumas delas acreditamos que se deem por um diálogo interdisciplinar, que aqui iremos dispor para identificar alguns dos pressupostos teóricos que permitam embasar o conceito em tela.

Mas antes que iniciemos pelas questões centralizadoras deste capítulo, procurou-se mencionar, sinteticamente, algumas considerações pertinentes e as suas contribuições na construção do entendimento em relação ao que enxergamos enquanto conexões teóricas, dentro desta realidade.

Dessa forma, propõe-se apresentar a seguir, três conceitos norteadores para reflexão em torno desses atrelamentos, que deem sentido à nossa leitura, a partir dessa identificação, às manifestações socioculturais e processos simbólicos, diante do objetivo deste capítulo.

Ressaltamos ainda que é a partir do estudo desses conceitos de modernidade, globalização e indústria cultural que se constrói o entendimento sobre economia criativa, o que nos deixa mais uma vez diante da tradução cultural enquanto procedimento metodológico deste trabalho.

3.1 Modernidade e Globalização

É diante desse contexto que se encontram as ideias de modernidade e globalização, elas serão os fatores desencadeadores da tendência à indústria cultural e, por conseguinte, da economia criativa. A partir delas é possível entender o porquê de se criarem e produzirem alternativas quanto a um inchaço do mercado, de um fluxo de produção que rege todo um sistema econômico e cultural (Silveira, 2006).

Dentro da proposta desse trabalho, o conceito de modernidade com o qual trabalhamos advém de Canclini (2013) e Santos (1995), pois acredita-se ser o tratamento para algumas das questões que colocamos em voga nesta dissertação (trabalho, produção cultural, consumo), e que iremos tratar na seção seguinte, sobre indústria cultural.

Para Canclini (2013), o conceito de modernidade é visto enquanto responsável pela perda de referenciais tradicionais e pelo afloramento de processos de estranhamento, em vista, sobretudo, do convívio entre sociedades díspares, que, embora ocupando espaços comuns, não chegaram a se integrar. (Glaglietti & Barbosa, 2007).

O autor analisa a modernidade latino-americana enquanto deficiente e tardia, com a compreensão de que se exige antes a distinção entre a “modernidade”, enquanto etapa histórica, e a “modernização”, enquanto processo social que interfere na construção da modernidade dos modernismos, ou seja, dos projetos culturais que se relacionam com diversos momentos do capitalismo (Glaglietti & Barbosa, 2007).

E para Santos (1995), o conceito de modernidade perpassa por um local onde são produzidas as tensões dialéticas da modernidade ocidental, afirmando que o paradigma baseia numa tensão entre regulação social e emancipação social, a qual está presente, mesmo que de modo diluído, na divisa positivista “ordem e progresso”.

Para o autor, até finais dos anos sessenta, as crises de regulação social suscitavam o fortalecimento das políticas emancipatórias, hoje a crise da regulação social — simbolizada pela crise do Estado regulador e do Estado-Providência — e a crise da emancipação social — simbolizada pela crise da revolução social e do socialismo enquanto paradigma da transformação social radical — são simultâneas e alimentam-se uma da outra (Santos, 1995).

O conceito de modernidade trabalhado por ambos tem um lugar de acontecimento, tem um estranhamento presente, há disparidade e interferências no processo social, e isso interessa-nos saber enquanto discurso de que forma se traduz, por exemplo, através do processo de globalização.

Para Benjamin (2008), o olhar do tradutor é uma relação que deve ser considerada como primordial para apreensão dos sentidos presentes em cada proposta; neste caso, tanto a de modernidade quanto a de globalização.

A respeito do conceito de globalização iremos trabalhar com os autores anteriormente citados (Canclini, 2013; Santos, 2008), juntamente a Silveira(2006) e Santos(2001), tendo em vista que compõem uma literatura diversificada e comportam conceitos sobre globalização neoliberal

(mercadológica) potencializando questões de tempo e espaço, vitalidade e potência social.

Para Silveira (2006), o conceito de globalização deve se distanciar do que considera apenas ser o da cultura neoliberal, mas reconhece ser um fenômeno de internacionalização ou multinacionalização, que busca sentido na homogeneização (Santos, 2001).

Silveira (2006) defende que este conceito merece ser reformulado para pensarmos macrotendências para um desenvolvimento local. A globalização, segundo o autor, deve ligar-se ao que Castells (2000) denomina de sociedade em rede, ganhando um sentido maior que apenas uma questão de escala (mercado), e tratando-se de uma possibilidade de se expandir através da conectividade.

Embora proponha tal alternativa, Santos (2001) apud Silveira (2006, p. 226) diz que curiosamente, por trás de um discurso contemporâneo e aparentemente inovador, a ideia de Castells (2000) tende a acompanhar-se da restauração das antigas práticas de planejamento tecnocrático e instrumental que caracterizaram o ingresso de países periféricos na “modernidade industrial”, agora, aplicados ao imaginário de uma economia globalizada.

É o que Santos (2001) irá chamar de “globalização perversa”, em que os espaços dos fluxos se sobrepõem ao espaço dos lugares, limitando as possibilidades de entender o desenvolvimento local por meio da globalização como uma estratégia de transformação social.

Se na modernidade os conceitos eram percebidos como cada teórico se propusera a debruçar seu olhar, é na globalização que isso se coloca como uma possibilidade de reorganização desses conceitos, tornando esses processos menos abstratos e mais compreensíveis, justamente pela possibilidade de ir e vir com maior fluidez.

Tal fluidez fez com que o mercado se convertesse à globalização neoliberal, e o capitalismo global foi feroz, e fez com que o direcionamento fosse ao encontro de uma contra hegemonia caracterizada pelas possibilidades de se fazer cidadania, política, biodiversidade, economia e demais temas de uma forma não padronizada, ou que não contemplasse outros alcances já pré-definidos (Canclini, 2013; Santos, 2008; Silveira, 2006).

A abertura de mercado, o fluxo de informações, e as revoluções tecnológicas tornaram todas essas alternativas possíveis uma vez que dentro desse contexto tanto o que se produz quanto o que se diz, o discurso em torno desses apontamentos (caso deste objeto de estudo), circulam rapidamente (Castells, 2000).

Da alternatividade e das ideias de modernidade (embora sejam oriundos todos os fatores relacionados acima) trouxemos reflexões importantes quanto à nossa noção de tempo e espaço de produção, de interação entre culturas e conhecimentos, e acima de tudo sobre o combate do desperdício social (Santos, 2008).

É na modernidade e na globalização que talvez sejamos capazes de questionar o cenário, por exemplo, em que se apresenta o discurso sobre economia criativa no mundo, pois surge um entendimento de que aquilo que acontece num determinado momento e espaço (Santos, 2008), talvez haja a possibilidade de não acontecer da mesma forma em outro, ou aconteça com outro termo, com outro marco.

Com o processo de hibridismo que, na modernidade, segundo Canclini (2008), é que teremos a oportunidade de enxergar as estratégias de entrada e saída; é nela que podemos entender a posição dos sujeitos a respeito das relações interculturais.

Esses quesitos trazidos à tona pela globalização junto à modernidade, que segundo teóricos como Canclini (2013), Vieira(2002), Beck(1997) e Giddens(1991) que estudam o fenômeno, culminam tendências e conflitos modernos, responsáveis por configurar o que irão chamar de uma “segunda modernidade”, e não o pós-moderno, ou o fim da modernidade por assim dizer.

São os processos globalizadores que dão sentido à modernidade por meio da criação de mercados mundiais de bens materiais e dinheiro, circulação, fluxos, interações, fronteiras e áreas aonde se localizam a interculturalidade (Canclini, 2008).

E é também por meio deles (dos processos globalizadores que dão sentido à modernidade), que se realizam em concomitância uma maior racionalidade quanto aos posicionamentos diante das obrigações impostas pelos mercados, e uma reflexão do que pode ser feito na contramão disso, ou o que teóricos como Marcuse (1967), Pereira (1984), Barros (2001),

Capellari (2007) irão chamar de contracultura - movimento cultural que rejeita e questiona valores e práticas da cultura dominante da qual faz parte-, supõe-se que esteja aí também uma interconexão na qual se encontra a economia criativa.

O desencanto

Liberdade, autonomia e emancipação, século XVII. De um projeto de sociedade secular cujo homem livre era a grande meta, o iluminismo nasce. Sob a égide de diversos pensadores filósofos, a razão propõe uma nova leitura do homem, antes um ser religioso, para agora um ser pensante e responsável por sua própria condição humana. René Descartes, Isaac Newton e John Locke entre outros foram os nomes significativos desse primeiro momento (Horkheimer, 1985; Pereira, 2009).

A questão dos direitos humanos, ainda sem a conotação que hoje adquiriu, surgia ali, como pauta de uma sociedade cansada de falta de liberdade de expressão e que, para além da igualdade de condições, também tinha pretensões políticas, comerciais e econômicas. Mas por onde começaria esse ambicioso projeto de realização cujas bases residiam no humanismo? Não era suficiente romper com a estrutura vigente, mas que isso, era necessário promover uma explicação da existência com outra base que não fosse a religiosa (Horkheimer, 1985).

Primeiramente, era preciso destituir o pensamento tradicional, no sentido de denunciar-lhe a fragilidade explicativa do *modus vivendi* e sua exaustão; depois apresentar outra possibilidade de compreender o humano e explicá-lo em suas diferentes esferas. E, posteriormente, convencer a sociedade sobre a legitimidade desse novo pensar (Brito, 2007). Ao apresentar o Discurso do Método (1637), Descartes, então, traz ao conhecimento da sociedade a outra polarização. Apresenta a outra porta: a razão científica, aquilo que Santos (2002) irá nos chamar a atenção para a importância dentro desta ideia de modernidade.

Tomado como o Manifesto à Razão, o discurso foi ao encontro dos anseios iluministas. Mas a difusão de uma ideia e, conseqüentemente, sua recepção necessitam de estratégias que possibilitem a ela tornar-se

convicente, para que assim possa agregar novos difusores. O livro, as epístolas e os manifestos serviram, pois, ao propósito imediato dos pensadores iluministas; uma indústria da imprensa se construiu aí e contribuiu de forma significativa para o passo seguinte: a Revolução Francesa (1789). (Adorno, 1986; Assoun, 1991)

A liberdade, a igualdade e a fraternidade, na perspectiva iluminista, seriam a postura racional tomada pelo povo para legitimar a razão como a leitura nova de uma sociedade em movimento descendente. A ciência, por outro lado, seria o caminho pelo qual a razão se expressaria sobre a realidade, comprovando-a e validando-a, produzindo o conhecimento. (Horkheimer, 1985; Pereira, 2009)

Conseguimos identificar, por exemplo, na literatura romântica que irrompe na Inglaterra e na Alemanha, e posteriormente, na França, já no final do século XVIII, sinais de um “mal-estar” se tornavam inquestionáveis. Alguns poemas e romances apontavam para uma melancolia tipificadora de um homem perdido de si mesmo, solitário, egoísta e, sobretudo, descrente (Bosi, 2006).

O tema da morte que caracterizou tão bem a segunda fase desse movimento, ainda que metafórico, era uma evidência de algo perdido no projeto das luzes. De um momento a outro, aquele homem que pendia a um projeto de nação, fecha-se e decide morrer (Bosi, 2006).

Em lugar do sonho, o pesadelo; em lugar, da esperança, a desesperança; o homem, que antes caminhava com os outros, agora prefere andar sozinho; a razão cede lugar à emoção, entre outros. O movimento é a primeira reação racional à farsa burguesa (Bosi, 2006).

Os valores propostos como norteadores desse novo pensar foram devorados pelo próprio pai, tal qual Urano fazia com os seus. A racionalização da vida, no projeto burguês, não deu conta de outros aspectos que ela supostamente tomou como seus, buscou-se então fazer reflexões sobre a existência humana, e o que ocorre com ela quando passa a ser surripiada (Samuel, 1984).

O desencanto que buscamos não é, portanto, relacionado ao hoje somente. É aquele que se surge na esfera sociocultural do antropocentrismo, marcadamente histórico. O projeto iluminista, que visava “desencantar” o

homem à medida que dissolvesse seus mitos e substituísse gradativamente a fé pelo saber, perdeu-se. O problema é que em lugar de ele promover a emancipação do ser humano, ao contrário disso, trouxe-o novamente às cavernas obscuras (Samuel, 1984).

Quando Comte (1798-1857), em o Discurso sobre o Espírito Positivo (1914), defende a tese de que a única via de acesso válido para a realidade só poderia ser feita pelas ciências positivas e, por conseguinte, por todos aqueles que já lidavam com o fazer científico, conhecedores que eram de sua natureza, a saber, cientistas e técnicos, reafirma que o conhecimento verdadeiro seria aquele que se daria a partir da racionalização completa do saber. Confere àqueles, autoridade inquestionável.

A partir do momento que transformamos a ciência no paradigma das sociedades modernas, transformamo-la em fonte de dominação, polarizamos mais o conhecimento. Na condição de mito, ela passa a ter um poder incondicional, comprovado pela razão e não mais o contrário, sendo capaz de produzir verdades extremas. Nessa sociedade, somente os que dominam o saber, competentes que são, devem administrá-la; aos que não a conhece, obediência às regras é o que resta (Pereira, 2009).

De modo muito sutil, essa transformação ideológica vai ganhando espaços. Sobre esse poder oculto da ciência, Karl Marx (1818–1883) se pronuncia em o Capital (1867). É ele quem aponta o mascaramento da realidade histórica por meio de uma lógica social e imaginária produzida pela ciência: ela tem como objetivo dominar o próprio homem (Assoun, 1991). Nessa ótica, as relações sociais se perdem no espaço, assim como também diz Santos (2002), e declinam, pois, diante do poder do capital. Da alienação ao trabalho, às outras formas de alienação.

Seja como for, isto é, seja a partir de que perspectiva discutamos, há denúncias dos rumos que a ciência passou a percorrer. Se no projeto original iluminista, o conhecer estava diretamente relacionado ao domínio e controle da natureza física, no outro momento, ela não tem mais como meta o conhecimento; a ciência moderna se move na busca pelo controle e pela dominação da natureza e do homem. A razão da ciência moderna deixou de ser apenas a razão (Berman, 1986; Santos, 2002).

Da fase inicial clássica, então, quando o homem se confunde com o conceito de nação, resulta a explosão da individuação perdida nessa aglutinação. O niilismo, a dúvida, o sofrimento e a infelicidade derivados todos desse processo passam a ser objetos da racionalidade moderna (Berman, 1986). Horkheimer (1895-1973) apresenta-nos um novo conceito: a razão instrumental. Separado da razão, o homem sucumbe ao poder alienante e busca conforto no consumo produzido pela ciência técnica (Assoun, 1991).

Somente um processo de emancipação intelectual, na proposição de Adorno (1903-1969), pode levar o sujeito a se desencantar do mundo produzido artificialmente pela razão instrumental. Mas, para além da proposta frankfurtiana, de buscar a retomada dessa razão no sentido de ela promover um esclarecimento nas diferentes esferas em que o humano se traduz, as questões com o desencanto gerado pela modernidade persistem de modo decisivo (Assoun, 1991; Pereira, 2009).

Ainda em pauta, são essas mesmas questões que sustentam o pensamento social e filosófico que hoje se desenvolve na pós-modernidade (Santos, 2002; Canclini, 2013). Para o sistema capitalista, o desencanto é mais que necessário; ele mesmo é a matéria do encantamento que hoje promove o medo, a violência, a desintegração social, deixando cada vez os homens em condição de prisioneiros.

Para além da verdade factual, é constatação da vida prática, “não há nada que o capital não tenha nos vendido” (Nobre, 2004). Significa, dizer que tudo que pode vir a gerar lucro não escapa a essa estrutura. Nossos desejos e sonhos, ou necessidades, em sentido abstrato, tendem, em outro momento, a se concretizar para realizar o grande projeto de dominação humana.

Se tudo se transforma em consumo, portanto, seria ilógico que o desencantamento, oriundo da modernidade, não se transformasse em matéria-prima, nesta ordem. Quando nos referimos ao desencanto, que não é uma necessidade, uma vez que é já um resultado do que não foi satisfeito, do que não foi atendido e consumado, o olhar não é diferente. A não satisfação acaba por tornar-se um novo começo para o qual a mass media se impõe uma velha tarefa: produzir o desejo por ele mesmo (Bendassolli et al., 2008).

A proposta de uma razão crítica apresentada pela escola de Frankfurt é uma tentativa de levar o homem à renúncia desse desejo a fim de se evitar a

barbárie que se visualiza na sociedade de massa, onde a técnica sacrifica a liberdade e a consciência dos indivíduos; onde as necessidades subjetivas se interpõem em primeiro plano, produzindo elas mesmas as mercadorias-fetiches que a vida falsa da qual fala Adorno (1969) se constrói, como afirmam Silva e Bittencourt (2015).

Se, por um lado, urge uma construção de uma razão libertadora que nos afaste da razão instrumental e que nos aproxime de uma vida possível, na qual o desencanto tenha uma leitura que nos permita pensar as relações sociais, por outro lado, a sua manutenção enquanto necessidade tem sido uma tarefa amplamente construída pela indústria cultural, nos mais diversos segmentos dela, os adventos da modernização (Brito, 2007).

Essa indústria do desencanto, assim denominada, portanto, trabalha - como toda indústria - de modo autômato, ininterrupto, com vistas a produzir um esquecimento de mim na relação que construo com o outro e, por conseguinte, com as forças de poder. É uma fábrica de produção de muitos Eus, todos insatisfeitos com sua biologia, com sua psique, com seu poder aquisitivo; infelizes, fracassados, mas também culpados, quando nada disso lhes atormenta (Assoun, 1991).

Se a matéria é o desencanto com o mundo moderno, para esse, agora distanciado de suas raízes históricas – ciência, sociedade e indivíduo-, se lhes atribui sinônimos outros. Há “problemas”, outra acepção semântica, de toda ordem para os quais os produtos propõem soluções.

Voltamos ao conceito de uma vida falseada, danificada, temas recorrentes no pensamento de Adorno. Vistas como receitas de enfrentamentos dos problemas do cotidiano, a aceitação e a assimilação das respostas aos problemas tratados por este ou aquele produto acabam por retirar do sujeito a possibilidade de ele pensar as conexões de sua vida como resultado de uma superestrutura na qual ele e outros estão inseridos. Eis a força do encantamento (Assoun, 1991; Brito, 2007).

De modo extremamente sutil, o mascaramento da realidade vai se processando. As estratégias na produção deste consumidor neste mercado das necessidades são variadas. É pensado como, quando, onde e por que daquele produto muito antes da sua existência, na verdade a sua concepção é algo inerte ao consumidor (Bauman, 2007), mas que por tudo o que está implícito

acredita-se participar de cada um desses processos, ao contrário do que Salles (2004) nos aponta, o que ironicamente, já nos revelam um sistema desigual.

A ideologia do enfrentamento dos obstáculos da vida é, em si, a violência velada, no sentido de que em lugar de discutir os agentes geradores dos entraves da existência, coloca unicamente no sujeito a responsabilidade pelo seu fracasso, por não saber lidar com esta ou aquela situação (Adorno, 1969).

Ao assentar a responsabilidade do sujeito sobre ele mesmo, de uma vida sem entraves, a violência se instaura no medo de não conseguir essas coisas, na promoção do egoísmo, na construção de meias verdades, no relativismo, no incentivo ao individualismo, no abandono da vida em sociedade. A dúvida, a incerteza, a insegurança são introduzidas em nossas vidas a fim de iniciar o próximo passo, o caos total, que, em momento posterior, transformar-se-á em outros produtos (Silva; Bittencourt, 2015).

Longe de responder qualquer pergunta verdadeira que façamos, elas espetacularizam com horror nossa posição no mundo pós-moderno, legitimam a nossa total falta de autonomia, visto que ao delegar a condução da minha existência a outrem, sem que se construa uma relação dialógica entre mim e esse outro, entre mim e a condição que me foi imposta em dado momento, promovem o esvaziamento da experiência (Santos, 2002). Neste contexto, então, há necessidade de se construir espaços que permitam se contrapor a esse esvaziamento.

Falar-se-á desses espaços num outro momento pertinente aos ditos sobre economia criativa, com um maior aprofundamento teórico daquilo que conceberemos enquanto as emergências relacionadas a esse discurso.

Contudo, neste momento, torna-se essencial apresentar a alcunha, do que viemos tratando até aqui, será dado o lugar do que foi desencadeado pelo desencantamento com a modernidade: a indústria cultural.

3.2 Indústria cultural : o desencanto e a economia criativa

Para pousarmos neste ponto, sabemos que a indústria cultural, segundo Max Horkheimer e Theodor Adorno em “Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos”(1985), “Sociedade industrial ou capitalismo

tardio?”(1986) e “Indústria Cultural e Sociedade” (1969), foi um termo utilizado para cunhar o modo de fazer cultura, a partir da lógica da produção industrial, na qual passou-se a produzir arte com a finalidade de obter lucro (Bendassolli et al., 2009).

Segundo Costa (2010) apud Marilena Chauí(2000), a indústria cultural vende cultura, e por meio dela, exerce o poder catastrófico de alienação dos indivíduos, nas sociedade capitalistas pós-modernas. A indústria passa a produzir em larga escala, a investir em modelos, a ampliar o alcance da mensagem (no caso da arte) e, por consequente do lucro, passa a se adaptar aos desejos por ela mesma, evocados (Adorno, 2002).

Da mesma forma, não se mantendo aquém ao grande movimento, está à cultura, objeto de crítica e do surgimento do termo indústria cultural pela escola alemã, onde o mundo inteiro é forçado a passar pelo seu crivo.

Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado. [...] Os consumidores são operários e os empregados, fazendeiros e pequenos burgueses [...] Assim também as massas enganadas de hoje são mais submissas ao mito do sucesso do que os próprios afortunados (ADORNO, p.25-26, 2002.).

A necessidade dessa produção e de alcance é que dá surgimento ao termo cultura de massa que os autores sugerem como uma cultura espontânea, aquela cujo sistema não impõe padrões de consumo; ela mesma é produzida pelas massas, e não pela elite, de forma natural, e sem nenhuma programação (Martins & Tomaz, 2012).

Mas o que acontece com a Indústria Cultural ao substituir a consagrada expressão cultura de massa foi: primeiro, não fazer isso mais de uma forma natural, agora tudo é produzido industrialmente; e segundo, vulgarizar a arte, com objetivo de distribuí-la através dos veículos de comunicação de massa, manipuladores e aniquiladores do pensamento crítico humano (Martins & Tomaz, 2012).

Para Armand e Michèle Mattelart (p.77, 1999), os teóricos frankfurtianos, “analisam a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria”.

Tendo em vista isso, a escola alemã, através dos seus estudos, acreditava que o emissor e a mensagem eram as partes manipuladoras da

comunicação, e que a vítima do processo era o receptor, nesse caso o consumidor. Aquele cujo entendimento está completamente comprometido dentro desta cadeia de tendências, o consumidor acaba por se satisfazer com a reprodução do sempre igual, a fim de se sentir parte do processo (Silva & Bittencourt, 2015).

Isso se explica devido ao processo de sedução e de agrado provocado no consumidor, sem chocá-lo, provoca-lo ou fazê-lo pensar. Não serão apresentadas novas informações que o perturbem, mas será devolvido a ele em uma nova aparência, o que ele já sabe, já viu, ou fez. Ou seja, o que é entregue é a média disso tudo, que a indústria cultural apresenta com cara de nova (Costa, 2010 apud Chauí, 2000), (Bauman, 2007).

Tendo em vista o processo social criado para manutenção da indústria cultural em prol das tendências de mercado a época e da absorção do consumidor como parte dessa dinâmica, ela se torna cada vez mais fortalecida mediante a sua sobrevivência e cada vez mais impiedosa quanto à marginalização daqueles cuja incorporação não se realizou (Assoun, 1991).

A indústria cultural ao receber apoio daqueles que detinham o poder, se submeteu a legitimar tal produção como negócio, rejeitando seu compromisso com a produção artística, a arte passa a valer mais pelo seu efeito no mercado do que pelos seus valores reais, estético e poético (Martins & Tomaz, 2012). Neste sentido, devemos refletir sobre o que até aqui elencamos, sobre as atividades da indústria cultural (arte) ser um divertimento sem exigências intelectuais, sem esforço e que só aceita ausência de significados (Adorno, 2002).

A arte agora faz parte do sistema social, se une a ele através do divertimento, sacrificando sua função principal que antes era contestá-lo, apontar seus erros, agora ela se une a ele pelo poder de alcance.

Aqui neste ponto, estamos falando das particularidades e subjetividades que foram deixados num último plano, tendo em vista as exigências impostas pelo sistema de produção, de uma padronização, com a afirmativa de Adorno (2002, pág.47) sobre a justificativa da indústria cultural, de que “sadio é o que se repete, o ciclo na natureza e na indústria.” Tudo se apresenta de forma parecida, sem possibilidade de escolha, sem considerar aquela história,

momento ou contexto que fora realizado, perdendo-se por completo o processo de criação (Silva & Bittencourt, 2015).

Em tese, o conceito de Indústria Cultural, que se desenvolve a partir do olhar dos teóricos da escola de Frankfurt, relaciona-se à obtenção de lucros mercadológicos por meio da produção da arte em grande escala, aos interesses econômicos e à busca pelo domínio do homem, não só em sentido econômico, mas também no plano ideológico.

A indústria cultural, portanto, caracteriza-se sobremaneira pelo viés socioeconômico (Martins & Tomaz, 2012). Isso significa que ela incorpora o papel da arte às suas ambições, utiliza o sistema social, e, por conseguinte, direciona qual será o lugar do homem dentro do seu contexto. Segundo Adorno e Horkheimer, na Indústria Cultural os padrões são formas de manipulação do receptor/consumidor, na qual não há espaço para criação (Martins & Tomaz, 2012).

Passadas as questões referentes à indústria cultural enquanto conceito, adensar-se-á neste momento, o que se pretende visualizar de forma ampliada, juntamente com base no que fora apresentado, através do pensamento de Adorno e Horkheimer sobre o esclarecimento, sobre a vida falsa, que é o que hoje se produz em torno do tema do desencanto humano, enquanto alternativa.

Como produto desta cultura está tudo o que se produz pelo ciclo que ela mesma cria, e seus desdobramentos que se caracterizam por nascer a partir da infelicidade do sujeito consigo mesmo, com seus pares, com sua vida, com sua história, com a incapacidade de viver as angústias (Bosi, 2006).

Será objeto, pois, dessa reflexão, pensar um espaço onde circulem e se produzam (Canclini, 2013) as ideias para uma alternatividade, produto de um inchaço provocado pela própria indústria, que permite ponderar dentro deste contexto, a economia criativa (Howkins, 2012).

Tal como a indústria cultural, a ideia de economia criativa parece configurar-se como um fenômeno econômico (Howkins, 2012), mas ao contrário desta, a priori sua pretensão foi se apresentar quanto uma alternativa à hegemonia de mercado (Santos, 2008). Embora esteja dentro do processo de transição por envolver diretamente a atuação cultural, produção e trabalho, ela possui as suas peculiaridades que não se assemelha a Indústria Cultural concebida pelos teóricos de Frankfurt.

Agora, a discussão que na indústria cultural foram modelos de como fazer cinema, rádio, TV, e até mesmo a ideia de lazer (Martins & Tomaz, 2012) na economia criativa sugere-se pensar que a crítica se dê à atividade que se executa, quem executa, e não apenas o modo. Se antes a arte de modo geral (a disseminação) era o carro-chefe, fizemos a transição para pensar quem faz a arte, a criatividade, a capacidade inventiva, a propriedade intelectual, dentre outras (Hownkins, 2012), (Jaguaribe, 2006).

A tendência dessa pseudo nova denominação, a economia criativa, pode caracterizar-se por afastar o pessimismo que Adorno (2002) impõe justamente a algumas dessas ações e espaços futuros, e também alcançar as frentes de trabalho (dentro dos processos socioculturais) que não eram vistas pelo conceito de indústria cultural, uma vez que não eram suas pretensões.

Assim como, a padronização imposta pelo capital atuou gerando espaços e algumas ausências, principalmente àquelas socioeconômicas, apontadas pelos estudos de Indústria Cultural, acreditamos que a economia criativa enquanto proposta política se apresente enquanto um espaço, onde os diferentes dialogam, apresentando escolhas, e posicionamentos diante do mundo (Silva e Bittencourt, 2015).

É o gerir possibilidades, oportunidades, alternativas onde possam ser discutidas essas estratégias do mundo pós-moderno, da globalização, dos sistemas contra hegemônicos (Santos, 2002), e refletir em torno de como a economia criativa se coloca dentro do contexto da indústria cultural e de como e se ela pode romper esse ar de desencanto, surgindo num processo de alternância, até onde se aproxima da visão libertaria, que faz uma releitura do capital.

Economia Criativa, um novo encanto?

A fragilização do homem em sua condição de dominação, em modo de vida ameaçador, leva-o a construir mecanismo de defesa e acomodação. Por esse mesmo motivo, a obediência às formas de manipulação não são percebidas.

E se na modernidade capitalista, o que se coloca em questão não é a verdade, mas o pensamento prático da razão instrumental, é de se esperar nessa grande engenhosidade que o homem perca a consciência do que é de fato importante, alienando-se de si e do mundo. Esmagando-se o sujeito,

acomodando-o em estratégias de sobrevivência econômica, aqui está também a alternatividade, e os novos espaços se construindo diante dele, e o colocando como responsável pelo seu sustento.

A não adaptação aos padrões e insatisfação indica desajustamento e torna-se sinal de alerta numa sociedade totalitária que pretende se autopreservar. O inconformismo aponta para uma resistência. Ao deslocarem a resistência ao plano individual e subjetivo, fazem com que esta perca força e sentido. O indivíduo não se desencanta.

A certeza da conquista da autonomia (Santos, 2002) se dá a partir do momento em que o sujeito é capaz de julgar e decidir o que deseja para si próprio, mas somente aquele que se impõe o exercício cotidiano da crítica social é capaz de chegar a esse nível, aquilo que Weber chamará de ação racional com relação a valores e a fins.

O papel da teoria crítica é, pois, levar os indivíduos ao enfrentamento da cultura institucionalizada por meio de uma racionalidade que retira dela o controle social, provocando um desvelamento das estruturas subjacentes e da ideologia escravizadora. Como toda relação de poder se dá numa luta por espaços de legitimação da sua verdade, serão as oportunidades de diálogos que surgem como esse novo encantamento?

Na sociedade pós-moderna, o desencanto, para além das questões que já discutimos, é ainda uma dessas estratégias da indústria cultural, das quais os teóricos de Frankfurt depreciavam.

Sem polarizações, trata-se do indivíduo na sociedade, e a sociedade no indivíduo, é o que agora se apresenta com a nomenclatura de economia criativa. Mesmo não deixando de gerar lucros, tendo em vista a base que é a economia em si, questões importantes em relação aos valores simbólicos se constroem (Bourdieu, 2007), à exemplo o valor do que é cultura, o conceito de criatividade, que até então, é especificamente humano, entre outros.

Lembremos que os estudos culturais da escola alemã são críticos a essa cultura que tudo abarca, que a todos compõem sem trato e diferenciações. Nesse sentido, aquilo que se apresenta como economia criativa hoje no âmbito nacional não seria uma nova forma de encantar o sujeito a partir de um discurso de empoderamento?

Ou seja, até que ponto isso que se produziu sobre a economia criativa até aqui corresponde verdadeiramente a uma possibilidade emancipação do sujeito? Para buscar responder essa questão é preciso que nos voltemos meticulosamente para aquilo que é dito sobre ela.



Figura 6– Barcos aportados em Manaus, imagem fazendo referência a metodologia utilizada através do processo de tradução.

Foto: Nathalie Brasil

4 CAPÍTULO 3: A ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS

O referido capítulo aprofundará as questões metodológicas deste estudo como dito anteriormente, além de, por meio das articulações de ideias oriundas a partir deste processo, permitir que se enxergue nessa investigação, o 'dito' sobre economia criativa local.

Na medida em que pontuaremos as etapas metodológicas, as mesmas serão ampliadas na escrita para que haja compreensão da motivação para execução de cada uma delas, dentro do contexto desse estudo. A proposta é discorrer através da construção dessas etapas à forma em que se escolheu investigar os "ditos" sobre economia criativa no Amazonas.

Este capítulo se dividirá em três blocos, o primeiro irá conter o percurso metodológico estabelecido durante a realização desta dissertação; no segundo, serão apresentados os resultados obtidos (explicitando quais são esses discursos locais); e no último, mostraremos o que fora enxergado nesses discursos sobre Economia Criativa no Amazonas, enquanto sentidos presentes neles.

4.1 Percurso Metodológico

Sobre a definição do percurso metodológico desta pesquisa, as etapas foram sendo formuladas de acordo com os primeiros contatos com a temática, e a necessidade em demandava-se compreender os sentidos presentes nos discursos sobre economia criativa enquanto processos socioculturais no Amazonas, como questão central deste estudo.

Em virtude disto, dos primeiros materiais alcançados, e do entendimento das abordagens dadas a eles, estabeleceu-se que essa pesquisa fosse de caráter qualitativo. Embora parta em determinado espaço das pesquisas sobre economia criativa realizada através dos relatórios que apontam para os dados quantitativos.

Isso significa que ao propor uma perspectiva qualitativa é porque a pesquisa que ora se apresenta faz parte de uma cadeia de pensamento, dentro de uma tradição intelectual. Ampliar o nosso olhar sobre a Economia Criativa,

por esse outro viés, significa trazer o lugar do “dito”, do discurso, no que se refere ao tema.

Além disso, é uma modalidade da pesquisa, que permite a inquirição, a interpretação e as possibilidades de novas leituras, como princípios fundamentais, tanto para aclarar a compreensão sobre o objeto de estudo, como para trazer à luz novas oportunidades para elucidação do problema (Oliveira, 2013).

A opção pela abordagem qualitativa dá a esta pesquisa a oportunidade de olhar as especificidades das práticas sociais, e observar para onde apontam os significados/sentidos nos textos dos enunciados pesquisados.

Ao iniciar este tópico é importante salientar que se debruçou a fazer um trabalho cujos levantamentos de materiais propiciassem alcançar o cerne deste estudo. Desta forma elegemos o levantamento bibliográfico e documental, por considerarmos o conteúdo o foco onde as informações colhidas poderiam nos levar a investigação dos “ditos” sobre a temática.

O percurso metodológico iniciou-se pelo levantamento bibliográfico que condiz ao levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado, em livros; revistas; jornais; boletins; monografias; teses; dissertações; e material cartográfico, com a intenção de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o mesmo.

Através do levantamento bibliográfico sobre Economia Criativa, tivemos contato primário com os relatórios oficiais (nacionais e internacionais), artigos científicos, discursos e ideias, que foram pontuados nos capítulos anteriores.

Dentro desta etapa enxergou-se a necessidade de delimitarmos o locus da pesquisa, e deixá-lo “falar” do Amazonas, através da produção, num primeiro momento, do Observatório de Economia Criativa, localizado na Universidade Federal do Amazonas, fomentado por uma política pública do governo brasileiro.

Tomamos esta escolha, por acreditar que a partir dela, teríamos um marco temporal, onde pudemos delimitar um marco do discurso sobre o tema no Amazonas, dentro das chancelas provenientes dos documentos governamentais e econômicos, que agora consideravam o estado um potencial pra esta prática.

Portanto a inauguração e implantação do Observatório de Economia Criativa(2013) origina um marco do discurso, a respeito do tema com a utilização desta nomenclatura, na concepção de um entendimento político e acadêmico a cerca do assunto, a serem cunhados nas publicações futuras.

Juntamente ao levantamento bibliográfico, também foi realizado levantamento documental. É o que se efetua tentando resolver um problema ou para adquirir conhecimentos a partir do emprego de informações retiradas de material gráfico e sonoro. O objetivo da pesquisa documental é recolher, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre determinado fato, assunto ou ideia.

Segundo Lakatos e Marconi (1996), tais informações são provenientes de órgãos que as realizaram e englobam todos os materiais escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica. Podem ser encontrados em arquivos públicos e particulares, assim como em fontes estatísticas compiladas por órgãos oficiais e particulares. Incluem-se aqui como fontes não escritas: fotografias, gravações, imprensa falada (rádio e televisão), desenhos, pinturas, canções, objetos de arte, folclore etc.

Fora a partir do levantamento documental que chegamos ao referencial desta dissertação objetivando as contribuições teóricas da mesma, e ainda ao direcionamento do material onde estes discursos estariam presentes, que são os documentos produzidos pela imprensa online local.

É salientar dizer que a escolha pelos discursos da imprensa online deu-se pelo entendimento da legitimação da divulgação local sobre o assunto, considerando o período de instalação do OBEC-AM, o plano da Secretaria de Economia Criativa, o contexto político e econômico proveniente a este recorte, e ainda a movimentação dos atores sociais.

Assim, no tratamento desses levantamentos, utilizamos as seguintes leituras:

- a) Leitura temática, que segundo Silva (2000) consiste na realização de apreender sem intervir, fazendo ao texto uma série de perguntas, onde as respostas fornecem o conteúdo da mensagem, no deste objeto de estudo, as perguntas

foram feitas em torno da compreensão de palavras chaves como: economia criativa, Amazonas, cultura, política;

- b) Leitura analítica, um procedimento que embora se pareça com a leitura temática, o aprofundamento é ainda maior tendo em vista a oportunidade de segundo Galliano (1986) ter uma escuta sensível e a partir dela refletir sobre o que foi apreendido em relação à temática; é um momento de saber o que o objeto de estudo tem a dizer por meio das perguntas feitas, quais são as falas, quais os discursos, é onde acontece o “entendimento dos significados” por meio da análise e do julgamento das informações contidas nos textos;
- c) E por último, a Leitura interpretativa, que indo ao encontro dos objetivos deste estudo, visa compreender os sentidos presentes nesses discursos. Teremos nesta etapa a intenção do autor, o que envolve correlacionar às afirmações e ideias encontradas na fase de leitura analítica com a problemática em questão, criando oportunidade para julgamento do material analisado (Lakatos e Marconi, 1991). Para Severino(2002), a interpretação equivale a uma tomada de posição e respeito das ideias enunciadas, explorando-as e fazendo com que a dialoguem entre si.

4.2 Apresentação de Dados

Depois de definido o percurso metodológico, neste tópico, faremos a apresentação dos dados obtidos com o objetivo de investigar os “ditos” sobre economia criativa no Amazonas, catalogados através do que fora produzido pela imprensa local, no recorte que compete dezoito meses, a contar do primeiro semestre de 2015 até o fim do primeiro semestre de 2016.

A partir do levantamento bibliográfico e documental, desde o primeiro contato com o material a cerca do tema, determinou-se os questionamentos a

serem respondidos por meio desta catalogação, conforme tabela abaixo (ver Tabela 1):

Quando traduz	Quem traduz	Como traduz	O que traduz	Para quem traduz	Para que traduz
---------------	-------------	-------------	--------------	------------------	-----------------

Tabela 1

Antes, porém, de continuarmos apresentando os dados, é necessário falarmos do porque se elegeu a **tradução** como um processo de investigação desses “ditos”. Os trabalhos de tradução permitem que dentro desta pesquisa se reconheçam os processos socioculturais, dentro desse diálogo.

É impar ter a tradução como este processo por onde serão realizadas as leituras. Esse conceito se faz presente como um alinhavado que ajuda a pensar essa construção de discursos em relação à economia criativa.

É um conceito que gostaríamos de expor, acreditando na ideia de tradução como um trabalho intelectual e político (Santos, 2008) que ao longo do que foi apresentado introdutoriamente somos capazes de nos situar, nos clarificar quanto aos movimentos de ir e vir(modernidade e globalização), dar visibilidade ao discurso que incorpora e nos permitir a questionamentos sobre o mesmo.

Sendo a tradução também um trabalho emocional que atua diante de um inconformismo e um procedimento que permite criar inteligibilidade recíproca entre as experiências do mundo (Santos, 2008), da multiplicação à diversificação, se encaixa ela como um procedimento que dá leitura sobre transformação social, ou melhor, sobre o discurso em relação aos processos socioculturais presentes.

É através da tradução que o discurso sobre economia criativa, por exemplo, se crer, possa ser identificado por meio das suas relações, zonas de contato, transições, localizações, entre outras questões onde as partes não devam ser desconsideradas, ou vistas apartadas da composição desse todo, e nem o todo seja soberano mediante a existência das partes.

Quando anteriormente afirmou-se que Economia Criativa é um modelo recente, de uma ideia em evolução, num ambiente antigo, é o trabalho de tradução que se permite chegar até essa dimensão, pois verifica-se aqui

diversos processos socioculturais em torno disso, fez-se o estudo deles, partindo de uma premissa e objetivando a sua identificação.

Considera-se nesse discurso, a transição de termos, de ideologia, de ideias de modernidade, necessidade de globalização e localização. Ancora-se ao juízo de que essas experiências são notadas em momentos diferentes pelo trabalho de tradução.

São saberes e práticas, são momentos e tempos, são entendimentos, possibilidades e disponibilidades que por meio da tradução podem ser vistos e compreendidos.

Os subitens dessa catalogação mostram como a tradução propicia clareza na visualização e compreensão daquilo que será apresentado quanto resultado, como se explicita a seguir (ver Tabela 2):

Quando traduz		
Cód.	Data veiculação	Acontecimentos socioculturais

Tabela 2

Código é uma forma de identificar a quantidade do que foi catalogado, e definir em blocos o que é referente a cada portal de notícias; **Data de veiculação** diz respeito diretamente à data de publicação da matéria dentro do portal; E **Acontecimentos socioculturais** apresenta o contexto em que se publicou a matéria.

Nos três subitens do item **Quando traduz**, como o próprio tópico propõe, trabalha-se na tradução a ideia de tempo, tanto o tempo quantitativo através das datas, e a temporalidade que representam o contexto (época) em que os discursos foram apresentados.

Quem traduz	
Fonte	Autor/Editorial

Tabela 3

No item **Quem traduz**, o subitem **Fonte** considerou-se o veículo que publicou a mensagem; E no **Autor/Editorial**, na autoria considerou-se tanto quem escreveu a matéria (o autor), quanto a assinatura do caderno do jornal, na qual o tema foi trabalhado, neste caso o editorial (ver Tabela 3).

É salutar mostrar por quem essas matérias foram assinadas e onde foram alocadas para saber de onde partem esses discursos, e qual o tipo de entendimento que os veículos têm a quem se destina a leitura deste tema.

Na secção **Como traduz**, tem apenas o subitem **Chamada(lead)** que compreende o resumo da matéria; É ele que traduz o que de prioritariamente considerou o autor/editor como relevante sobre o assunto a ser desenvolvido no texto e a ser emitido ao público (ver Tabela 4).

Como traduz

Chamada (lead)

Tabela 4

Retomando aos tipos de leituras escolhidas para o tratamento dos levantamentos documental e bibliográfico, vê-se que são complementares no trabalho de tradução aos itens que se apresentaram, as leituras temáticas, analítica e interpretativa são primordiais para o entendimento dos significados.

Nas três últimas seções dessa grelha, os subitens são expostos e analisados considerando as questões de intenção e entendimento dos significados que surgem através dos enunciados, dos autores, das categorias, do público e acima de tudo das respostas que buscamos à problemática.

No item **O que traduz** é o cerne do entendimento do conteúdo através da tradução, exhibe o que foi dito a cerca do tema, não o julgando quanto a sua intencionalidade, mas objetivando saber o que fala. É a única seção da grelha que não possui subcategorias como direcionamento.

O penúltimo item **Para quem traduz** é direcionado a saber de quem são as categorias a que se destinam as matérias, o público não é analisado considerando fatores como faixa etária ou gênero, mas sim a classificação que se acredita ser estabelecida dentro de critérios dos interesses mercadológicos, contemplando oportunidades, carreira, e atuação (ver Tabela 5).

Para quem traduz

A que público se destina

Tabela 5

O último **Para que traduz** é um momento de apreciação das intencionalidades daquilo que foi escrito, é buscar o entendimento dos significados contidos naquele texto julgando a intenção de todos os itens

citados anteriormente, juntamente à tradução, permitindo a análise e interpretação sobre o tema(ver Tabela 6).

Para que traduz

Intenção

Tabela 6

Após a etapa de coleta desses dados, passaremos para a fase de tratamento dos mesmos, utilizando a metodologia empregada por meio da tradução, seguido dos resultados obtidos.

4.2.2 Tratamento de dados

De acordo com a metodologia que se utiliza nesta dissertação, com o trabalho da tradução enquanto um recurso de compreensão chegou-se ao tratamento de dados, com os materiais eleitos de acordo com os critérios, e com uma riqueza de “ditos” a serem observados quanto a suas conexões e articulações que agora precisam ser vistos mediante seus sentidos.

A complexidade de se investigar os sentidos presentes no discurso sobre Economia Criativa local revelou a necessidade de uma metodologia de tratamento de dados diferenciada, que pudesse dar conta de observar e mostrar o caminho percorrido e suas interligações, que acontecesse dentro da complementariedade, por vezes não seguindo uma linearidade, objetivando o conteúdo produzido pela imprensa online. Desta forma, foram eleitas três momentos, de realização do tratamento de dados: **a aproximação, a compreensão e a apropriação.**

Dos levantamentos citados anteriormente, e da confecção da grelha de análise, utilizou-se a **aproximação**, que para Oliveira, (2013) consiste no ato de trazer o objeto mais para perto, numa tentativa de se acercar dele, para observar as ideias mais recorrentes, temas fortes e as primeiras noções, pesquisamos em fontes, materiais que fizessem compreender, esclarecer e direcionar alguns questionamentos sobre o conceito de economia criativa.

Foi na etapa de aproximação que se entendeu que a fonte dos ditos se daria somente através do que foi produzido pela imprensa online, pois era um

lugar de circulação deste discurso de economia local, e isso interessava pelas diversas frentes em que ele se apresentava.

Sobre o material veiculado pela imprensa, utilizaram-se os seguintes critérios de seleção:

- (a) veiculação no período delimitado;
- (b) que façam referência à ideia de economia criativa no Amazonas;
- (c) que contenham textualmente a expressão economia criativa;

Neste que se acredita ser o primeiro momento do tratamento de dados, nos cercamos de todas as informações pertinentes aos relatórios oficiais e primeiros discursos, para que em concomitância à construção da análise pudesse clarificar o que se buscava enquanto discurso local proveniente do material produzido pela imprensa.

Afinal, de acordo com Oliveira (2013), esta fase permite observar as ideias mais recorrentes, os primeiros conceitos, ter uma leitura mais globalizada além de consentir uma intimidade com os dados adquiridos. É essa intimidade que aliada ao referencial teórico oportunizam um amadurecimento sobre aquilo que se busca enquanto resultado, neste caso, como resposta de investigação.

“Conscientizei-me de que mesmo no momento da aproximação já estava efetuando apreciações e análises o que, de certa forma, contribuía para uma maior segurança diante dos dados, favorecendo o refinamento que permitia identificar, o que se apresentava como essencial, importante e relevante para o alcance dos objetivos do estudo.” (Oliveira, 2013)

Portanto foi nesta etapa que conseguimos conceber a grelha de análise da seguinte forma (ver Tabela 7):

Quando traduz		Quem traduz		Como traduz	O que traduz	Para quem traduz	Para que traduz
Cód.	Data veiculação	Acontecimentos socioculturais	Fonte	Autor/Editorial	Chamada (lead)	A que público se destina	Intenção

Tabela 7

Mas é certo que a etapa de aproximação esteve presente enquanto tratamento durante o processo por inteiro, desde o contato primário antes mesmo de se organizar as informações, até após com a análise e obtenção dos resultados.

Sabendo do que era essencial e relevante para o alcance dos objetivos dessa dissertação, vislumbrou-se uma nova fase do tratamento de dados, que é a fase de compreensão.

Compreensão é a fase em que o autor define como o momento em que se desenvolve, a partir do inquirir, o indagar e o perguntar para se chegar ao conteúdo, onde o ato de compreender ocorre também por meio das impressões captadas, tanto pelo intelecto como pelos sentidos.

Os questionamentos aos que o autor se refere aconteceram juntamente com o que direcionava o referencial teórico, eles foram o caminho para que o conteúdo pudesse ser entendido.

Nesta etapa consegue-se aliar o que diz o referencial teórico ao que diz os dados, e pode-se confrontá-los quanto ao objetivo da investigação, nesse estudo chegar aos sentidos por meio dos “ditos” exigiu inquirir sob guarda-chuva da tradução, e ampliar as vistas do que foi produzido pela imprensa local online.

Temos aqui como produtos desta etapa: o que foi apresentado anteriormente quanto ao quadro de questionamentos da grelha de análise; o item (b) do critério de seleção do material da imprensa; e os próprios resultados provenientes dessas conexões e articulações de discursos, que cabem à etapa de compreensão esclarecer os arranjos de forma que emergem dentro dessa proposta.

De acordo com a leitura apreendida para realização desta etapa, especificamente relevante e essencial, obtiveram-se os dados que serão expostos adiante.

Referente ao quantitativo de matérias foi catalogado um total de 34 materiais produzidos pela imprensa online local, considerando o tempo, expressão textual e ideia de economia criativa.

Dessas 34, em 2015 foram 05 e em 2016 foram 29, vale ressaltar que além dos principais portais na internet da imprensa local, também foram colhidas as matérias produzidas pelo governo do estado que foram veiculadas

no site institucional, também como veiculação de imprensa local, evidenciando o “dito” governamental(Ver Gráfico 1).



Gráfico 1– Número de Matérias sobre EC produzidas por ano

Desta forma, vê-se que o número de matérias produzidas durante todo o ano de 2015 é inferior, não chegando a representar um quarto do que foi produzido durante o primeiro semestre de 2016, como mostra o gráfico abaixo.(ver gráfico 2).



Gráfico 2– Percentual do número de Matérias sobre EC produzidas por ano

Considerando que a compreensão é uma fase onde os questionamentos surgem com o propósito de obtenção de respostas, baseada nesses primeiros resultados, acredita-se que num primeiro momento quando esses materiais foram publicados a ideia de economia criativa ainda não estava amadurecida, a fim de estabelecer encontros, classes, destinar-se a grupos,

diferente da produção do primeiro semestre de 2016, onde algumas destas indagações já tinham respostas estabelecidas dentro do discurso.

Divididos produção por veículos se tem o seguinte panorama:

A Crítica: 09 Matérias; D24am: 02 Matérias; Em Tempo: 07 Matérias; Jornal Do Comercio AM: 08 Matérias E Governo do Amazonas: 08 Matérias(Ver Gráfico 3).



Gráfico 3 – Número de matérias produzidas sobre EC por veículo

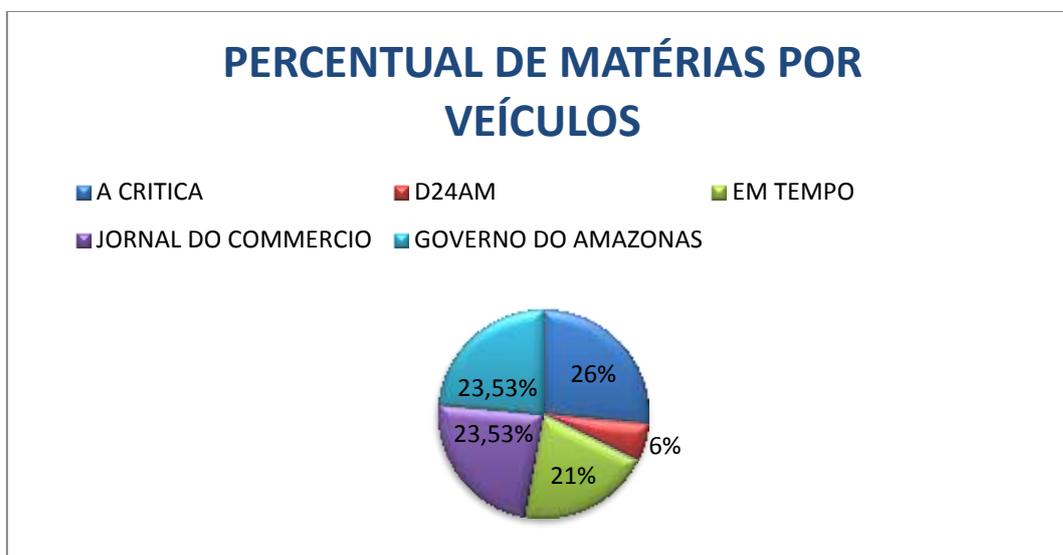


Gráfico 4 – Percentual de matérias produzidas sobre EC por veículo

Selecionar este material dentro da definição do que seria a ideia e expressão textual sobre economia criativa, ocorre dentro desta etapa de tratamento de dados, por exemplo, a leitura da produção de cada veículo a cerca do tema, pode ser compreendida através do alcance, a que publico se destina, e quais os interesses desse lugar de fala.

Se essas informações apresentadas nos gráficos(3 e 4) fossem ranqueadas teríamos em primeiro lugar o Jornal A Crítica e empatados o Governo do Amazonas e Jornal do Comercio AM.

O Jornal A Crítica entende-se ter a validação popular de um modo geral, por alcançar diversas classes, pela visibilidade e pelo interesse em abordar a temática por também envolver as frentes de trabalho a que se destina a economia criativa.

O Jornal do Comercio AM entende-se ser direcionado a um público empresarial, cuja leitura do assunto se dá por meio da economia local, enquanto oportunidade de negócio e empreendimento seria a ponta para onde os produtos dessa economia criativa são propostos.

Como fora apresentado anteriormente, a leitura da produção do Governo do Amazonas a cerca da temática se dá pela oportunidade de observar como vem sendo trabalhado pelo viés governamental esse dito, quais os pontos implicam a realização desta economia criativa por meio do governo do estado, de que maneira é apresentada por quem está na ponta da administração direta de questões direcionadas a economia local e ao cidadão em concomitância.

Os demais jornais, Em Tempo e D24AM devem ser considerados que: o Em Tempo tem uma abordagem pelo serviço, aquilo que pode ser oferecido para a população enquanto oportunidade; e o D24AM esteve nessa época com duas situações, a transição do portal para um novo formato, e direcionado para questões de cunho político local.

Ao objetivar captar as impressões provenientes dos conteúdos apresentados por meio da grelha de análise, utilizou-se a complementariedade dos itens O que, Para quem e Para que traduz, para adentrar os sentidos presentes nesses enunciados.

Dessa forma, foi produzido um gráfico(ver Gráfico 5) que lista e mostra as categorias encontradas nesses “ditos” e quais as suas relevâncias estatísticas para o enunciado.

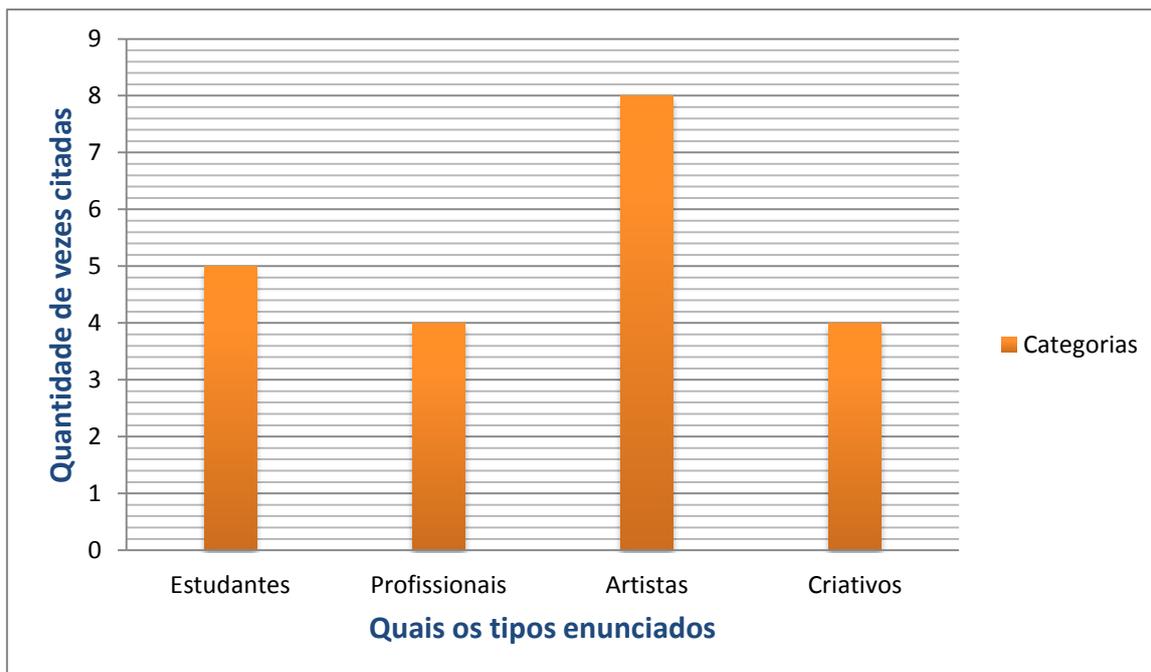


Gráfico 5 – Categorias de público relacionado à EC encontradas nos enunciados

No primeiro capítulo dessa dissertação estabelecemos um debate a acerca da informação sobre o porquê que plano de economia criativa, proposto pelo governo brasileiro, ter se ancorado no Minc, e estabelecendo as categorias de trabalho a partir desse entendimento.

Na leitura dessa informação apresentada pelos enunciados temos uma resposta concreta que se estabeleceu também no discurso de economia criativa local, aqui a categoria **Artistas** é também a quem se destinam essas informações, acreditando-se por ser uma classe ampla, estabelecida pelo planejamento governamental (lembramos que o governo do Amazonas produziu parte do material sobre economia criativa também no cerne da cultura), e a ser compreendida pelos veículos como a classe interessada a saber.

Posteriormente tem os **Estudantes**, que numa visão econômica tanto por conceito governamental quanto empresarial, são os que podem gerar retorno imediato a baixo custo, se interessam por novidades, e cujas oportunidades podem ser ampliadas diante do mercado de trabalho. Além de estabelecerem uma relação acadêmica com o tema, que é importante, como veremos rapidamente sobre o papel do Obec-AM.

Seguindo tem duas categorias que competem cuja relação delas dentro dessas informações são interessantes no sentido de entender qual a leitura

realizada para definir a categorização, são os **Profissionais** e os **Criativos**. O movimento que inquiriu-se aqui foi, no momento em surgem essas duas categorias, compreendeu-se como foi estabelecida a categoria, pois os criativos também não seriam profissionais?, mas para os “ditos” eles compõem uma categoria afastada daquilo que mercadologicamente se entende como profissionais.

Os profissionais a que se referem os enunciados são aqueles que possuem a capacidade de empreender e gerar resultados econômicos tendo em vista a oportunidade da economia criativa, diferentemente dos criativos, que são aqueles cuja criatividade é a matriz da realização de produtos, encontros, debates e outros, porém é “apenas” um aporte dessa economia.

É válido também pensar o porquê da categoria **Criativos** não estar englobada pela categoria **Artista**, acredita-se que todo artista é criativo, porém nem todo criativo é um artista.

Num mapa mental (figura 8) fora desses enunciados, sem considerar seus contextos é provável que essas categorias fossem entendidas da seguinte forma

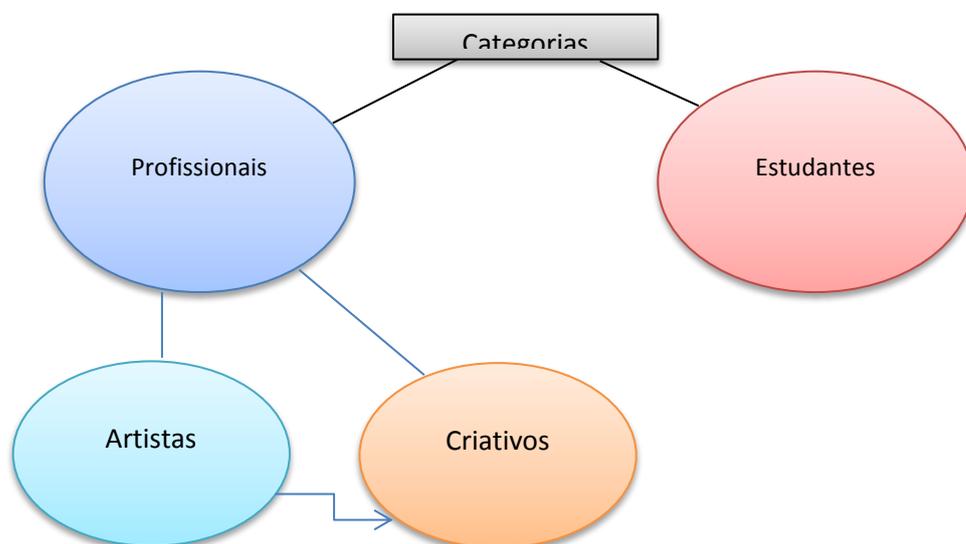


Figura 8 – Mapa Mental de Compreensão de Categorias

Por meio da intenção do item Para que traduz, e do Como traduz, o conteúdo apresentou um elenco de palavras pelas quais a Economia Criativa se traduzira nestes enunciados e no contexto através dos acontecimentos

socioculturais, a compreensão evidenciou essa correlação de itens, com os seguintes termos (ver gráficos 6 e 7):

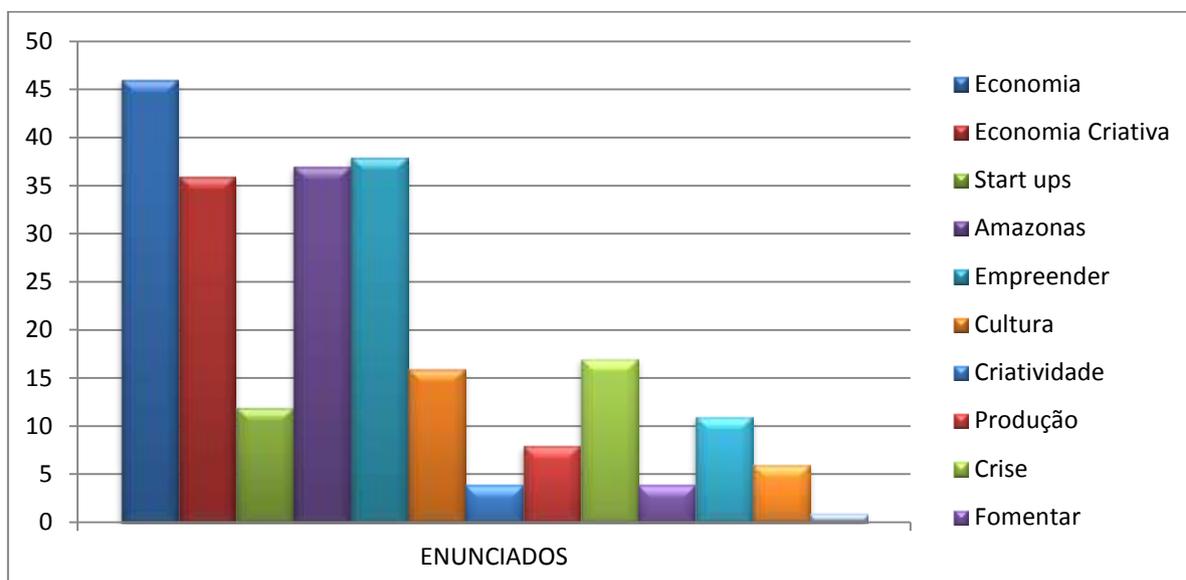


Gráfico 6 – Listagem de palavras presentes nos enunciados das matérias sobre EC produzidas no ano 2015 e primeiro semestre de 2016

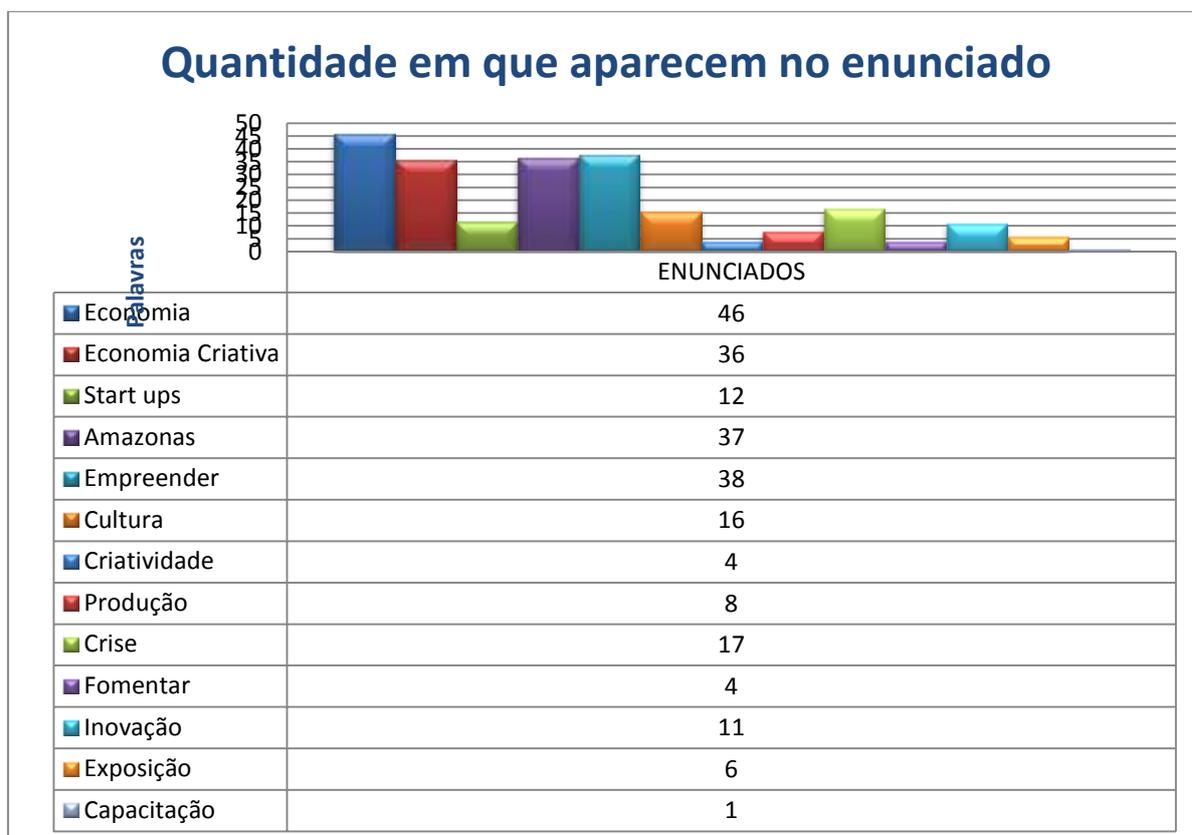


Gráfico 7 - Listagem de palavras e quantidade de vezes em que estão presentes nos enunciados das matérias sobre EC produzidas no ano 2015 e primeiro semestre de 2016

Esses gráficos são da mesma leitura de palavras que surgiram nos enunciados a partir da composição da grelha de análise, é pertinente que a compreensão aqui se aplique diante dos sentidos presentes neles. Cabem inúmeras variáveis de análise através da tradução, como por exemplo, a ideia a ser expressa do que entendem os veículos e o governo sobre Economia Criativa, ao destacar por 46 vezes a palavra **Economia**, 38 vezes **Empreender**, 37 vezes **Amazonas** e 36 vezes **Economia Criativa**.

Ao mesmo tempo em que as palavras **Criatividade**, **Produção**, **Exposição** aparecem por 4, 8, e 6 vezes seguindo a ordem, ao se tratar de Economia Criativa supõe-se que essas três palavras devessem ser relevantes à prática, e ao contexto.

Da mesma forma como **Fomento** aparece 4 vezes e **Capacitação** apenas uma vez, mostrando a adesão de um modelo estabelecido economicamente, cujas categorias já existem, e são incorporadas, devendo seguir como estão, apenas em uma outra roupagem.

É salutar que as palavras **Cultura**, **Inovação**, **Crise** e **Start-ups** estejam num ranking mediano de aparições em relação as demais palavras, o que também dão indicativos sobre os acontecimentos socioculturais vividos no estado e no país, e a possível recomendação de alternativas.

O que fora apresentado faz parte da fase denominada **compreensão**, cujas indagações, questionamentos são à base desta apuração a fim de que os sentidos presentes nos enunciados colhidos fossem avistados dentro do contexto sociocultural, considerando o estado do Amazonas, em determinado período, e as análises oriundas do trabalho de tradução mostrasse as relações estabelecidas entre os elementos estudados que se encontram na grelha de análise, no apêndice desta dissertação.

Passaremos a seguir para aquele que consideramos o último passo do tratamento de dados, a **Apropriação**, que assim como as demais etapas apresentadas apareceu em outros momentos da construção da escrita e do estudo sobre o objeto, de uma forma mais velada.

Segundo Oliveira (2013), a **apropriação** se apresenta como um momento de tomada de posse, de delimitação por meio de uma construção discursiva que tem como objetivo “tornar próprio alguma coisa”, numa perspectiva de transformação daquilo que está sob a condição de ser

apropriado, e onde se pretende uma conversão com vistas a produzir novos significados, no qual a apropriação é percebida como processo de invenção e recriação.

Com o material recebido e direcionado pela etapa de aproximação, e pelo arcabouço adquirido pela leitura de dados realizado no momento da compreensão, chegou-se a esta etapa objetivando aprofundar o estudo para compreender os sentidos presentes nos discursos sobre economia criativa enquanto processos socioculturais no Amazonas.

Esta é a fase onde as interconexões pertinentes a esses discursos sobre economia criativa no Amazonas são consideradas em seu conjunto, através de uma avaliação objetiva e subjetiva, ponderando os limites impostos à apropriação assim como a dinâmica criativa desta.

Para emergir esse sentido e compreendê-lo, entende-se que na etapa de apropriação isso aconteça por dois polos, o primeiro é o olhar de quem emite (veículos) e o segundo é o olhar de quem recepciona (neste caso a autora deste trabalho).

É pensar na relação contexto e sentido, para apreender o olhar de quem emite, é saber no caso desta pesquisa, o momento em que esses enunciados foram evocados, sua intenção e a quem foram direcionados. Demandou saber os porquês, e para que se traduz esse determinado sentido. É uma análise textual dos elementos discursivos e contextuais dos elementos socioculturais.

Para o segundo olhar, o local de quem recepciona esses enunciados, interessa saber o que vê, com que intenção e qual o tipo de atenção dada ao material. Para Oliveira(2013) vale considerar o conjunto de experiências, conhecimentos e posturas de quem lê/interpreta o fenômeno pela busca do sentido.

Tendo clarificado o conceito de apropriação, salienta-se que no capítulo que está por vir, ao trabalhar questões voltadas aos sentidos encontrados no discurso de economia criativa no Amazonas, o trabalho metodológico empregado foi principalmente este. De juntar a base dos dados trabalhados, ao referencial teórico e olhar de quem escreve e os recepcionou enquanto mensagem.

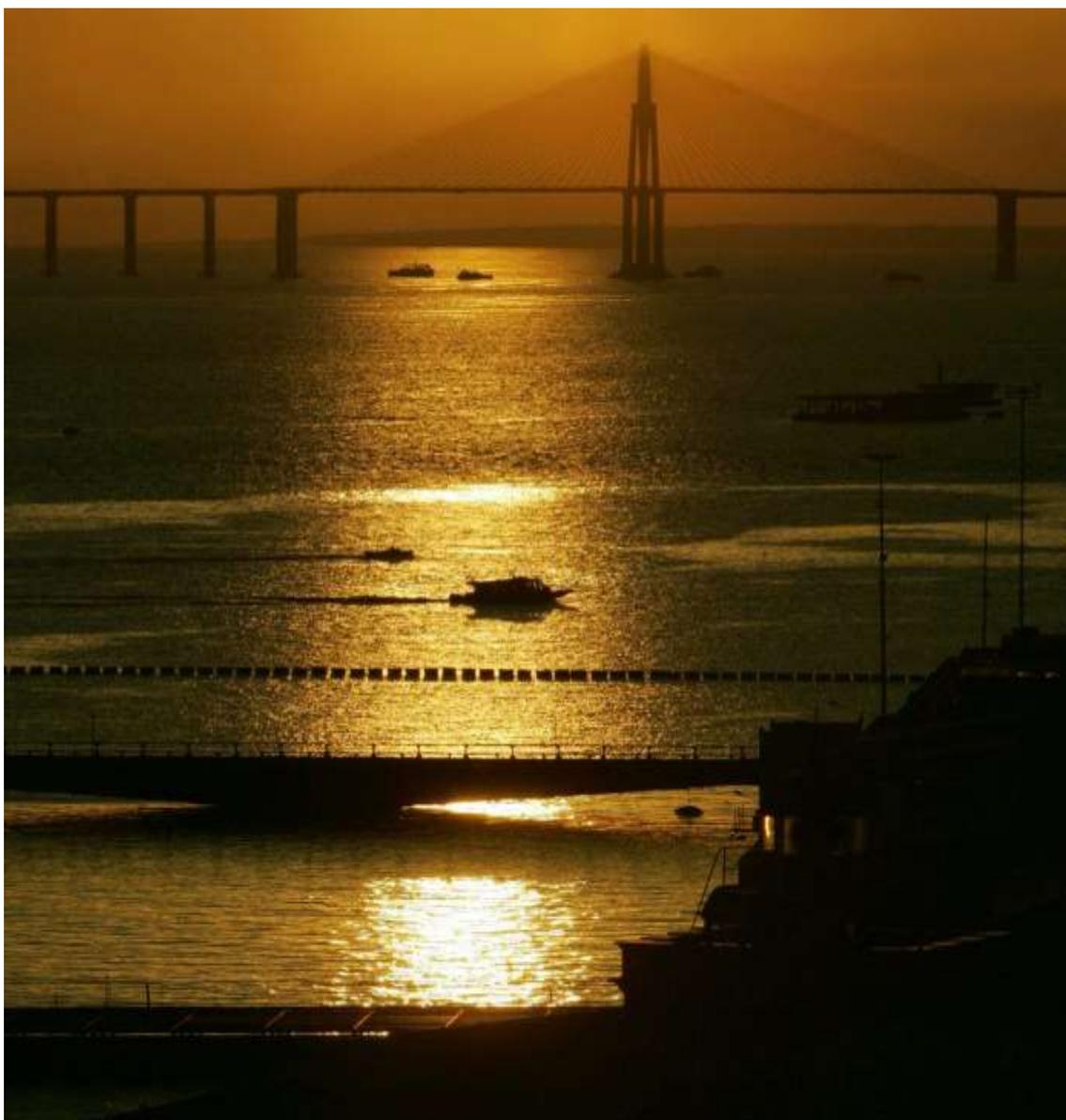


Figura 7- Ponte Rio Negro, fim de tarde, sol se pondo, um evento diário, apresentando um fio de luz para os novos rumos, relacionados ao cotidiano discurso da economia criativa com as novas necessidades para as quais acreditamos que ela deva responder.

Foto: Nathalie Brasil

5 Capítulo 4: O discurso da Economia Criativa no Amazonas: ausências e emergências

Diante dos dados colhidos acredita-se que o discurso da economia criativa no Amazonas apresenta ausências, e é sobre elas que tratará este tópico, de modo que possam ser apresentadas como reflexões desta dissertação.

O motivo das ausências serem um processo importante dentro do contexto dos sentidos presentes nos discursos sobre economia criativa no Amazonas é primeiro por ser o oposto daquilo que se buscou, elas são o contraponto do discurso, são aquilo que não se apresentou explicitamente, mas que não deixam de existir.

A análise dos dados permitiu a ida até os lugares de fala do discurso e nesses lugares chegou-se até as experiências sociais vividas naquele contexto, por aquele autor, ou escolhidas serem repassadas de determinada forma.

Neste caso, essas ausências puderam ser vistas, através da metodologia de leitura deste trabalho, a tradução, nos processos socioculturais e dentro deles conseguiu-se enxergar o desperdício da experiência social.

Por que se considera nesse momento falar sobre o desperdício da experiência social? É porque dentro dos processos aos quais se construíram o discurso de economia criativa no Amazonas, algumas experiências foram desconsideradas ou apartadas numa necessidade de fazer parte do futuro.

O anseio por falar em sintonia com os demais lugares sobre economia criativa, de estar imerso em um contexto global e de experiências econômicas que apontam para o futuro, causou também ao Amazonas um desperdício de experiências sociais que foram silenciadas ou deixadas pra trás.

Explicar as ausências contidas nesse discurso exige um entendimento do que é esse desperdício de experiências sociais, da racionalidade por trás delas e do processo de emancipação, a resposta para essas questões virão dos estudos de Santos (2002).

Para o autor, o desperdício da experiência social se dá em virtude da tradicional razão ocidental desconsiderar toda e qualquer experiência que não aquela que busque a totalidade e regulação (sob a forma da ordem). Propor

uma outra ciência social, segundo ele, não é suficiente, se a racionalidade dominante ocidental continuar sendo mesma.

Santos (2002) propõe uma crítica a razão moderna, que se tornou, ao passo em que conquistava sua hegemonia, e até para realizá-la, numa razão indolente. Esta por sua vez se constitui, segundo o autor, de quatro razões: a razão impotente, a razão arrogante, a razão metonímica e a razão proléptica.

Para Santos(2002) apud Johann(2007) razão impotente é aquela que não se quer exercer porque pensa que nada pode fazer contra uma necessidade, uma realidade concebida como exterior a ela própria; a segunda, a razão arrogante, é identificada por Boaventura como “presunção de liberdade total”. Ela não sente necessidade de exercer-se porque se imagina incondicionalmente livre.

O autor ainda considera mais duas razões, as quais irá focalizar a crítica ao pensamento ocidental, a razão metonímica, que “é obcecada pela ideia de totalidade sob a forma da ordem”(p.241), e a razão proléptica que é a concepção do futuro apenas a partir de uma noção linear.

É importante que se entenda a proposta de Santos(2002) quanto as limitações do pensamento científico moderno, para que haja a compreensão do desperdício propiciado por essas razões, e pelo fato do Ocidente ter se constituído do Oriente, mas tenha considerado apenas o que lhe interessava para expansão capitalista: o mundo terreno e o tempo linear. Desperdiçando outros mundos e outros tempos.

Parte dessa desconsideração de outros mundos e tempos, encontra-se no estudo de Santos(2002), sobre a razão metonímica e proléptica, a metonímica por acreditar na existência do todo sem a soma das partes, mas simplesmente uma parte colocada como referência para as demais, como se fosse a totalidade.

Como consequência disso, tem-se a negação da limitação da compreensão ocidental do mundo e a impossibilidade de se pensar qualquer uma das partes sem referência à totalidade, ou mesmo admitir que essas partes possam ser em algum momento totalidades.

E a proléptica, por se concentrar que não se detém a pensar o futuro, porque julga que sabe tudo a respeito dele, e que não cabe a ela mensurar suas nuances, essa razão considera o futuro como uma superação linear,

automática e infinita do presente. A prolepse: o conhecimento do futuro no presente.

O que a compreensão dessas razões ajuda quanto às ausências dos sentidos presentes nos discursos de economia criativa no Amazonas? Ajudam no processo de identificação, de entendimento e ainda na reflexão a cerca das emergências desses sentidos.

Ausências

É salutar, através dos dados apresentados, dos discursos coletados, que houve por uma necessidade de ser unívoco e por supor conhecer o futuro da economia brasileira, a julgar pelos movimentos econômicos neoliberais, expandidos pela globalização, que foram desconsiderados nesse processo, inúmeras experiências que não àquelas que representavam o todo.

Ao analisar o conteúdo desses discursos pela expressividade dos seus enunciados, vemos que a economia criativa no Amazonas (e crê-se ser igual aos outros lugares do país), estava preocupada com o futuro, ou em fazer parte dele, sem vislumbrar o seu potencial particular, dentro dos seus próprios critérios.

Quando as palavras Economia, Empreender, Amazonas e Economia Criativa ao serem analisadas surgem como expoentes num ranking de aparições comparadas à Criatividade, Produção, Exposição, de acordo com o que fora apresentado até aqui quanto à ideia de desperdício de experiências sociais e uma nova racionalidade, conclui-se que os sentidos presentes, foram apresentados conforme a racionalidade ocidental econômica (Santos 2002) permitiu.

No Amazonas, a economia criativa, mesmo sendo considerada uma fonte alternativa, se intencionou a reproduzir o mesmo efeito da ocultação e descrédito em relação às demais formas de se realizar economia.

Não considerar a pluralidade de saberes, de tempos, de práticas pertinentes ao modo de criar, produzir e expor particular ao Amazonas foi uma das formas de desperdício das experiências sociais, e um crivo quanto à imposição da racionalidade ocidental.

O fazer parte de um todo, se apresentando enquanto totalidade, invisibilizando as peculiaridades de uma economia criativa amazonense, e

apenas consumindo e reproduzindo o modelo de se fazer global é uma das ausências desse discurso.

Outra ausência a ser desafiada com relação ao discurso de economia criativa no Amazonas é: quais as demais práticas econômicas dentro deste contexto da economia criativa já existiam ou existem em concomitância que agreguem valores sócios culturais?

Nos enunciados coletados os sentidos presentes nos discursos da economia criativa amazonense é que ela surgiu e que agora tudo o que era realizado dentro desse conceito de “alternativo” tivesse engendrado a definição de criatividade estabelecida por esse novo rumo da economia.

Foram esquecidas as experiências sociais de outrora, com o que fora chamado como: Economia Sustentável, Economia Solidária, Empreendedorismo Coletivo, Iniciativas Familiares, entre outras denominações, daquilo que pudera já ser a economia criativa num outro formato. Desconstruiu-se essa riqueza social em razão da adaptabilidade, inevitabilidade, desse modelo excludente da globalização neoliberal (Johann, 2007).

Constata-se mais uma vez o emprego da razão metonímica a que Santos(2002) se refere, que diminuiu ou subtraiu o mundo tanto quanto o expandiu ou adicionou de acordo com as suas próprias regras. Reside aqui a crise da ideia de progresso e, com ela, a crise da ideia de totalidade que a funda.

A crítica aqui se dá também pela forma em que esta razão constrói a versão abreviada do mundo, e foi tornada possível por uma concepção do tempo presente que o reduz a um instante fugaz entre o que já não é o que ainda não é.

Da mesma forma aconteceu com o discurso da economia criativa no Amazonas, em relação às outras práticas anteriores a ela, como determinante o seu surgimento da mesma forma ela classificou a temporalidade das demais práticas, reduzindo assim a experiência social das demais e a partir das suas regras categorizando o que agora era economia criatividade amazonense ou não.

A contração do presente, neste caso, daquilo que já estava posto enquanto prática econômica, mas não nos novos moldes da economia criativa,

esconde segundo Santos (2002), a riqueza inesgotável das experiências sociais no mundo.

A não sensibilidade em saber que é no presente (na expansão) que residem essas riquezas e que é através delas que se evita o desperdício de experiências, apresentam-se os sentidos presentes nos discursos da economia criativa no Amazonas, enquanto vazios, enquanto reprodutores de práticas, enquanto consumidores de outros discursos considerando que o Amazonas é apenas mais um lugar onde deva ser realizado, fazendo parte de um planejamento global.

Entender que esse discurso foi trazido ou chegou ao Amazonas com o status mercadológico, pensando que isso seria um novo modelo econômico brasileiro(sabendo do plano da Economia Criativa do Governo Federal), e que era necessário se enquadrar, fez com que os sentidos presentes nele fossem a parte menos essencial representativa deste lugar.

Saber que existem cinco formas sociais de não-existência produzidas ou legitimadas pela razão metonímica: o ignorante, o residual, o inferior, o local e o improdutivo. Que são formas sociais de inexistência porque as realidades que elas conformam estão apenas presentes como obstáculos em relação às realidades que contam como importantes, sejam elas realidades científicas, avançadas, superiores, globais ou produtivas. São, pois, partes desqualificadas de totalidades homogêneas que, como tal, apenas confirmam o que existe e tal como existe. São o que existe sob formas irreversivelmente desqualificadas de existir.

E sob essas formas a partir dos estudos de Santos(2002) apud Johann(2007), verificar os sentidos presentes no discursos da economia criativa amazonense dentro dessas categorias de não-existência, assim como propõe o autor é mister também neste momento produzir uma crítica a cerca de como vem sendo absorvido e vivenciado esse discurso, validando o encontro de todas as falas analisadas.

Mas diante dessas ausências, entendidas por meio disso que acredita-se estar compondo uma crítica, é importante que hajam estratégias de enfrentamento para que a oportunidade dessa experiência seja ampliada e principalmente que proporcionem vivências e não desperdícios.

É neste rumo que, ainda de acordo com Santos(2002), identificadas as ausências, esperam-se que sejam os pontos onde os sentidos devem ser ressignificados, que serão vistas as emergências desses discursos e propostas de reflexões a cerca da temática.

Emergências

No capítulo final desta dissertação, antes de expor as reflexões que este estudo proporcionou, considerou-se antes apresentar como estratégias de enfrentamento ao desperdício que fez do discurso da economia criativa amazonense presente de um sentido vazio quanto a sua particularidade, a sua perspectiva de ampliação e de aproveitamento de experiências.

A superação das totalidades homogêneas e excludentes e da razão metonímica que as sustenta obtém-se pondo em questão cada uma das lógicas ou modos de produção de ausência. (Johann, 2007)

Desta forma, Santos (2002) nos apresenta a luta pela credibilidade através do que ele irá chamar das cinco ecologias para combater a razão metonímica, a ecologia dos saberes, das temporalidades, dos reconhecimentos, das trans-escalas e de produtividade.

Todas elas de forma bastante plural, terá contribuição para esse resgate da experiência social, contudo no caso dos sentidos dos discursos da Economia Criativa Amazonense, crer-se que esse vazio esteja relacionado diretamente à uma ação da ecologia dos saberes e das temporalidades.

A ecologia dos saberes:

A primeira lógica, a lógica da monocultura do saber e do rigor científicos, tem de ser questionada pela identificação de outros saberes e de outros critérios de rigor que operam credivelmente em contextos e práticas sociais declarados não-existentes pela razão metonímica. Essa credibilidade contextual deve ser considerada suficiente para que o saber em causa tenha legitimidade para participar de debates epistemológicos com outros saberes, nomeadamente com o saber científico. A ideia central da sociologia das ausências neste domínio é que não há ignorância em geral nem saber em geral. Toda a ignorância é ignorante de um certo saber e todo o saber é a superação de uma ignorância particular (Santos, 1995: 25). Deste princípio de incompletude de todos os saberes decorre a possibilidade de diálogo e de disputa epistemológica entre os diferentes saberes. O que cada saber contribui para esse diálogo é o modo como orienta uma dada prática na superação de uma certa ignorância. (Santos, 2002)

Desta forma então deve ser para o resgate da experiência social da partilha dos saberes, de alinhar o retrovisor das práticas tradicionais ou de alternativas econômicas anteriores à economia criativa no Amazonas, e fazer disso um grande diálogo. Não sendo apenas a imposição de uma única prática, e sim o que tem a oferecer de homogêneo, de diferente de cada uma delas a gerar a superação e a ampliação de conhecimento e práxis.

Deve-se considerar o conceito de interdisciplinaridade aliado a ecologia dos saberes, a polissemia, pois a atitude de buscar esse grande diálogo depende de uma atitude interdisciplinar, depende da história vivida, das concepções apropriadas e das possibilidades de olhar por diferentes perspectivas uma mesma questão. (Fortes, 2012)

Alcançar e explicitar esses elos através juntamente à interdisciplinaridade é o que dará liberdade de circular concomitantemente em diversos pontos de particularidades e subjetividades. É o que consentirá esse reconhecimento do que ser em torno das questões sobre economia criativa, enquanto amazonense

A segunda ecologia que se supõe estar no enfrentamento, consiste segundo Santos (2002) ir de encontro a lógica da monocultura do tempo linear, deve ser confrontada com a ideia de que o tempo linear é uma entre muitas concepções do tempo e de que, se tomarmos o mundo como nossa unidade de análise, não é sequer a concepção mais praticada.

A necessidade de tomar em conta estas diferentes concepções de tempo deriva do facto, salientado por Koselleck (1985) e por Marramao (1995), de que as sociedades entendem o poder a partir das concepções de temporalidade que nelas circulam. As relações de dominação mais resistentes são as que assentam nas hierarquias entre temporalidades e essas continuam hoje a ser constitutivas do sistema mundial. São essas hierarquias que reduzem tanta experiência social à condição de resíduo. As experiências são consideradas residuais porque são contemporâneas de maneiras que a temporalidade dominante, o tempo linear, não é capaz de reconhecer. (Santos, 2002)

Quanto à temporalidade, a ideia de que as sociedades são constituídas por várias temporalidades e de que a desqualificação, supressão ou ininteligibilidade de muitas práticas resulta de se pautarem por temporalidades que extravasam do cânone temporal da modernidade ocidental capitalista.

Quando recuperadas e conhecidas essas temporalidades, as práticas e as sociabilidades que se pautam por elas tornam-se inteligíveis e objetos credíveis de argumentação e de disputa política. A dilatação do presente ocorre, neste caso, pela relativização do tempo linear e pela valorização das outras temporalidades que com ele se articulam ou com ele conflituam (Johann,2007).

A economia criativa amazonense, neste sentido deve aprender a apreciar o tempo amazônida para essa produção, essa prática, sendo um importante congregado do saberes que aqui residem cuja preocupação não é o que reproduz enquanto alternativa, e sim o que se produz e dentro de quais critérios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levantando estar na dilatação desse presente e em todos os ecossistemas pertinentes relacionados a questão dos saberes e temporalidades, as considerações finais deste trabalho partem do final desta caminhada a fazer pensar novos rumos para economia criativa amazonense.

Propondo reflexões para atitudes futuras que possam ser ampliadas a partir da crítica a que este trabalho se intencionou a apresentar, por meio da legislação, do surgimento e absorção do discurso até a análise.

Com o objetivo de compreender os sentidos presentes nos discursos sobre economia criativa enquanto processos socioculturais no Amazonas acredita-se que alcançamos o cumprimento do mesmo quando vimos que estes processos foram sendo compreendidos na medida em que os sentidos desses discursos surgiram e foram coletados, e interpretados nos enunciados produzidos pela imprensa online local.

Sabemos que assim como este estudo se propôs a analisar por uma vertente o material coletado, assim como foram compreendidos os discursos aqui, através do processo de tradução, o mesmo possa ser o início de outras análises críticas ou não, gerando outras reflexões a cerca da temática.

Esperamos ter clarificado os nossos desígnios ao longo da escrita e da metodologia a qual nos propomos, cientes da abordagem a qual nos dispusemos, e que falar sobre Economia Criativa Amazonense dentro desses termos próprios, e por conhecimento disto, é um grande desafio, por conta de vários elementos peculiares e complexos, como olhares para entender o pertencimento do discurso, a identidade, as andanças, a construção de respostas complacentes a nossa peculiaridade, padrões e distinções, mas que acreditamos ser a grande engrenagem para o aproveitamento da experiência sociocultural nossa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T.W. **Indústria Cultural e Sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. Traduzido por Julia Elisabeth Levy...[et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. **Sociedade industrial ou capitalismo tardio?** (F. R. Kothe, trad..) *In*: Cohn, G. Theodor W. Adorno. Col. Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1986.

ASSOUN, P.L. **A escola de Frankfurt**. São Paulo: Editora Ática, 1991.

ATKINSON, R.; SMITH, I.; SWEETING, D. A governação urbana inglesa em transformação: Um paradoxo de descentralização e (re-)centralização. **Revista Crítica de Ciências Sociais** [Online], 77 | 2007, colocado online no dia 01 Outubro 2012, criado a 20 Agosto 2017. URL:<http://rccs.revues.org/782>; DOI: 10.4000/rccs.782

BAUDRILLARD, J. **À sombra das maiorias silenciosas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

BAUMAN, Z. **Tempos Líquidos**. Tradução de C. A. Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

_____. **Vida Líquida**. (C. A. Medeiros, trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007. Versão inglesa, 2005.

BENDASSOLLI, P. F., WOOD Jr., Thomaz, KIRSCHBAUM, C. PINA E CUNHA, M. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas** [en linea] 2009, 49 (Enero-Marzo) : [Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.autores.redalyc.org/articulo.oa?id=155113814003>> ISSN 0034-7590

BENJAMIN, W. **A tarefa do tradutor**. Tradução de João Barrento. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2008.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das letras, 1986.

BOSI, A. **História concisa da Literatura Brasileira**. Edição 43. São Paulo: Cultrix, 2006.

BOURDIEU, P. **Economia das trocas simbólicas**. Introdução, Organização e Seleção de Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva S.A., 2007.

_____. **O poder simbólico**. 9ª Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

BRITO, S. M. Vida falsa: Adorno e a experiência moderna sob o ponto de vista da moral *In*: Política & Trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, n. 26 Abril de 2007.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: Estratégica para adentrar e sair da modernidade**. 4ª Edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

CARVALHO, N. L. A. LIMA, I. L. de S. AIGBA, T. **Mapeamento dos segmentos de economia criativa no estado do Amazonas**. Manaus: EDUA, 2017.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHEVITARESE, L. As 'Razões' da Pós-modernidade. *In*: Analógos. **Anais da I SAF-PUC** . Rio de Janeiro: Booklink, 2001.

COSTA, C. E. da. **A Indústria Cultural & A Criação Do Mito Do Príncipe Encantado**. Rio de Janeiro: Clube de autores, 2010. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=ttA4BQAAQBAJ&dq=industria+cultural&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s>

CREATIVE ECONOMY REPORT. Published by the United Nations Development Programme (UNDP), One United Nations Plaza, New York, NY 10017, USA and the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France, 2013.

DOWBOR, L. **O mosaico partido**. Petrópolis: Vozes, 2000.

FORTES, C. C. **Interdisciplinaridade: origem, conceito e valor**. Santa Maria: USFM, 2012.

GALLIANO, A. G. **O Método Científico: Teoria e Prática**. São Paulo: Harbra, 1986.

GLAGLIETTI, M.; BARBOSA, M. H. S. **A Questão da Hibridação Cultural em Néstor García Canclini**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS, 2007.

HARTLEY, J. “Creative industries”. In Hartley, J (Org.). **Creative industries**. Malden, MA: Blackwell, 2005.

HORKHEIMER, M; Adorno, T.W.. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. (G. A. Almeida, trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

HOWKINS, J. Entrevista a **Revista Exame**. Versão Online. 2012. Acessado em: 17 de outubro de 2016.

JOHANN, Joni J. **O procedimento de tradução de Boaventura de Sousa Santos: Referenciais teóricos e um caso de tradução de trajetória individual pelo uso de imagens**. GT 31 – Teoria Social Contemporânea. 2007

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do Trabalho Científico**. 2. edição. São Paulo: Atlas, 1987.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A.; **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1996.

MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL. Sistema FIRJAN. Rio de Janeiro, 2014.

MARTINS, R. TOMAZ, T. **Indústria Cultural: diferenças e semelhanças na visão de Morin, Adorno e Horkheimer**. Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Ouro Preto: MG, 2012.

NEWBIGIN, J. **Série Economia Criativa e Cultural do British Council**. London SW1A 2BN, Reino Unido: British Council 10 Spring Gardens, 2010.

OLIVEIRA, A. S. de. **Identidade cultural e ensino do design no Amazonas**. Tese de Doutorado em Design. Programa de Pós-graduação em Artes & Design. PUC: Rio de Janeiro, 2013.

OLIVEIRA, A. S. de. **Pesquisa em Design no Amazonas: ideias, desafios e perspectivas**. Manaus: Valer, 2014.

ORTELLADO, P. **A economia criativa e a economia social da cultura**. Disponível em: <<http://www.gpopai.org/ortellado/2011/04/a-economia-criativa-e-a-economia-social-dacultura/>>, 2011.

PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL. Texto para discussão. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Rio de Janeiro: Ipea, 1990.

PEREIRA, A. A. O estertor da modernidade. Ensaio *In: Revela - Periódico de Divulgação Científica da FALS*. Ano III - Nº V- Jun/Ago de 2009.

PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. 2ª Edição (Revisada). Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

REED, L. W.; MORRIS, A. P.; MINARDI, J. F.; SINGLETON, A. **Como ocorreu o milagre econômico de Hong Kong - da pobreza à prosperidade**. Publicado em 14 fevereiro 2014. Acesso 17 junho 2016.

REIS, A. C. F. (Org). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RELATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012. 424 p.

SALLES, C. A. **Crítica genética**. São Paulo: EDUC, 1997.

_____. **Gesto inacabado**. São Paulo: Annablume, 1998.

_____. **Gesto Inacabado: processo de criação artística**. 2ª edição. São Paulo: Annablume, 2004.

SANTOS, B. de S. **A gramática do tempo: para uma nova cultura política**. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *In: Revista crítica de Ciências Sociais*, nº 63, 2002. Disponível em: <http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/pdfs/Sociologia_das_ausencias_RCCS63.PDF>

_____. **Tensões da Modernidade**. Portugal: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Centro de Estudos Sociais, 1995.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SAMUEL, R. (Org.). **Manuel de teoria literária**. Petrópolis: Vozes, 1984.

SILVA, A. T. T. da.; BITTENCOURT, C. A. de C. **Indústria cultural e o trabalho docente: caminhos para compreender os processos de criação em arte na educação infantil**. Piracicaba: Revista COMUNICAÇÕES – Ano 22 – n. 3 – P.49-50, ISSN Impresso 0104 – 8481 – ISSN Eletrônico 2238-121X DOI: <http://dx.doi.org/10.15600/2238-121X/comunicacoes.v22n3p49-6>, 2015.

SILVA, A. M. da; MOURA, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. Fortaleza: UVA, 2000.

SILVA, G.; COCCO, G. (Orgs.). **Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: DP&A; Brasília, DF: Sebrae, 2006.

SILVA, R. **A reinvenção do trabalhismo inglês**. Publicado em 19 de outubro de 2015, Disponível em: <<https://capitalismoemdesencanto.wordpress.com/2015/10/19/a-reinvencao-do-trabalhismo-ingles/>>, Acesso 19 jun 2016.

SILVEIRA, C. M. Desenvolvimento Local: um hipótese política. *In: Territórios Produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: DP&A; Brasília, DF: Sebrae, 2006.

URANI, A. e REIS, A. C. F. Cidades criativas- perspectivas brasileiras. *In*: REIS, A. C. F. e KAGEYAMA, P. (Orgs.). **Cidades criativas-perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

VIEIRA, E.; VIEIRA, M. Geoestratégia dos espaços econômicos: o paradigma espaço-tempo na gestão dos territórios globais. *In*: FISCHER, T.(Org.) **Gestão do desenvolvimento e poderes locais**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

APÊNDICE

Quando traduz			Quem traduz		Como traduz	O que traduz	Para quem traduz	Para que traduz
Cód.	Data veiculação	Acontecimentos socioculturais	Fonte	Autor/Editorial	Chamada (lead)		A que público se destina	Intenção
01 AC	02/12/2015	Crise econômica afeta produção da ZFM; Demissões em massa;	Jornal A Crítica	Redação A Crítica	Samsung promove seleção de startups do Estado do Amazonas	Dinamizar projetos por meio do Programa de Promoção da Economia Criativa – Fomentar Startups	Empreendedores	O programa é resultado da parceria, firmada em abril deste ano, entre Samsung, Anprotec e o Centro de Economia Criativa e Inovação-CCEI Daegu, da Coreia do Sul, com o objetivo de identificar e oferecer apoio a novos projetos de empreendedorismo em todo o País.

02 AC	28/12/2015	Crise econômica afeta produção da ZFM; Demissões em massa; Foi aprovado em 2015 o Projeto de Lei que visava estender a área da Zona Franca de Manaus;	Jornal A Crítica/ Agência Brasil	Bianca Paiva e Renato Lima	Crise econômica afeta produção da Zona Franca de Manaus: queda de 30% em 2015	A crise política e econômica que afetou a ZFM e a busca por alternativas de resgate da economia local	Investidores, e a propensão à apoio de startups	Propiciar a discussão sobre exportação dos produtos da ZFM
03 AC	22/04/2016	Votação a favor do pedido de Impeachment da presidente Dilma; Manaus sofre por acumulado de chuvas acima do normal; Preço da Gasolina cai.	Jornal A Crítica	Redação do Jornal	Encontro Criativos Manaus chega a sua quinta edição nesta quinta-feira	As novas relações entre mercado e consumidor; Jovens profissionais que adotaram a Economia Criativa, historicamente utilizada também por países em momento de crise.	Empreendedores, estudantes, profissionais que atuam com economia criativa curiosos.	Evento que promove o encontro entre estudantes, profissionais e curiosos da área criativa em contato com amazonenses que utilizam soluções criativas em suas carreiras e negócios
04 AC	04/08/2016	Início de transição do Governo Dilma para Temer; Crise fiscal nos estados; Início	Jornal A Crítica	Rosiel Mendonça	Feira do Paço propõe ocupação criativa do Centro Histórico de	Discussão de Alternativas em torno da economia criativa, apresentando esse conceito	Público em geral	Ação que faz parte de um projeto do Instituto Amazônia de requalificação urbana da região da antiga Ilha de

		das Olimpíadas no Brasil, e dos jogos em Manaus como cidade sede.			Manaus	para os profissionais e mostrando que há um mercado em pleno desenvolvimento.		São Vicente aliada a atividades de desenvolvimento social e cultural realizadas com a comunidade do entorno
05 AC	05/08/2016	Início de transição do Governo Dilma para Temer; Crise fiscal nos estados; Início das Olimpíadas no Brasil, e dos jogos em Manaus como cidade sede.	Jornal A Crítica	Redação A Crítica	O mês das Olimpíadas e dos pais chegou com muitas opções para curtir em família	Reunião para expor a produção autoral de artesãos, empresários e empreendedores que atuam no cenário da Economia Criativa em Manaus	Público em Geral e turistas	Apresentar os produtos criativos, música e gastronomia. Apresentações de dança com o Projeto Rosas da Universidade do Estado do Amazonas, espaço para crianças, exposição de carros antigos . A feira vai contemplar, ainda sebos de livros e vinis, espaço destinado às blogueiras para consultoria e aquisição de roupas de qualidade com baixo custo, e área fotográfica para retratos

								instantâneos com figurinos e ambientação inspirados na Belle Époque
06 AC	28/08/2016	Final do mês das Olimpíadas; Encerradas as atividades folclóricas na cidade de Manaus;	Jornal A Crítica	Cynthia Guimarães	Feiras urbanas se tornam vitrine de oportunidades para negócios criativos	Visibilidades e apostas em novos projetos que tenham a economia criativa como base sustentável	Público Alternativo/Criativo/ Urbano/ Empreendedores	Ação de cultura, gastronomia com a economia não usual. O contexto é de valorização de uma produção com um valor agregado.
07 AC	05/09/2016	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços; Cesta básica se mantém estável.	Jornal A Crítica	Redação A Crítica* - Informações a Assessoria do Instituto Amazônia	Instituto Amazônia promove a segunda edição da Feira do Paço no próximo dia 11	Fomento ao nicho de mercado em crescimento no país e representa, ainda, um convite à cidade para reviver o centro antigo, repleto de música, dança e artes cênicas durante a feira de economia criativa.	Público em geral, e promover um encontro de pessoas do segmento criativo.	Exposição de produtos confeccionados a partir da criatividade, do talento e da propriedade intelectual dos artesãos locais, além das experiências multiculturais com apresentações de shows musicais, teatro, dança, entre outras manifestações artísticas.
08 AC	22/09/2016	Durante e pós olimpíada em	Jornal A Crítica	Rosiel Mendonça	Exposição coletiva reúne	Traçam um panorama das	Artistas do audiovisual	Evento do Concultura(Consel

		Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;			mais de 200 obras no Complexo Turístico da Ponta Negra	artes visuais amazonenses	amazonense, e sociedade em geral.	ho Municipal de Política Cultural) com intuito de fomentar a economia criativa local
09 AC	15/10/2016	Eleições Municipais; Outubro Rosa;	Jornal A Crítica	Laynna Feitoza	'Bazar de Vênus' celebra feminilidade e economia criativa no fim de semana	Exaltação da figura da mulher enquanto fazedora e parte contribuinte para essa economia	Mulheres	Abertura de espaço para expositores, artistas, empresas pequenas e autônomos mostrarem os seus trabalhos
10 DAM	25/02/2015	Produção industrial cresce em Manaus; Inicia a gravação da série Dois Irmãos, com locações no Estado do Amazonas.	D24AM	Redação D24AM	Cartunista premiado com sátiras na web fala sobre economia criativa em Manaus	Incentivo ao empreendedorismo e a discussão sobre economia criativa	Discentes e docentes das universidades	Intuito de disseminar o conhecimento acerca do tema proposto
11 DAM	16/03/2016	Ato contra Governo Dilma; Manaus adere a hora do	D24AM	Redação D24AM	HQ sobre economia criativa será lançado em	Tornar acessível o discurso sobre o que é economia criativa e como	Artistas, representantes da universidade e de instituições	Um projeto do OBEC-AM, para disseminar esse conceito de

		planeta;			Manaus	aliá-la ao empreendedorismo.	parceiras do projeto, Assessores da SEC(Secretaria)	economia criativa
12 EMT	21/11/2015	Peixes contaminados são vendidos no Amazonas; Terremoto no Peru é sentido em Manaus; Eleição para conselheiros tutelares; STF autorizou a prisão de Delcídio do Amaral	EM TEMPO	Emerson Quaresma - Editado por Márcio Azevedo	Economia criativa do AM mostra força na 8ª Fiam	Soluções para geração de energia por meio de biomassa, fitoterápicos para combater células cancerígenas e criatividade para alavancar negócios.	Pesquisadores; investidores;	Demonstrar o segmento da economia criativa de Manaus, expondo suas ideias e produtos.
13EM T	04/12/2015	Governo do Amazonas e Prefeitura de Manaus decretam feriadão em dezembro; COP21 e as Políticas do Amazonas;	EM TEMPO	Editado por Márcio Azevedo, Com informações da assessoria.	Com materiais reaproveitados, Manaus começa a ser enfeitada para o Natal	A prefeitura está de parabéns por usar o conceito de economia criativa, para gerar recursos para outras ações sustentáveis	População da cidade de Manaus; Artesãos, Ornamentadores.	A sustentabilidade como foco da ornamentação natalina, buscando economizar mais, sem perder, a tradição.
14 EMT	02/01/2016	Faturamento do Polo Industrial de Manaus reduz	EM TEMPO	Editado por Márcio Azevedo	Crise econômica afeta produção da	Criação de grupos de trabalho para discutir alternativas para	Empreendedores e investidores da Zona Franca de Manaus	Superar a crise política que se transformou nessa situação

		22,40%; Processo de Cassação Governo Melo (Amazonas)			Zona Franca de Manaus	superar a crise e alavancar a economia do Amazonas. Um deles, relacionado à economia criativa, está se destacando e é a aposta para 2016.		econômica e tirou a confiança do consumidor brasileiro e reduziu o poder de compra daqueles que perderam emprego.
15EM T	06/08/201 6	Início de transição do Governo Dilma para Temer; Crise fiscal nos estados; Início das Olimpíadas no Brasil, e dos jogos em Manaus como cidade sede.	EM TEMPO	Editado por Mara Magalhães	A 1ª edição da 'Feira do Paço da Liberdade' terá muita música e gastronomia	Exposição da produção autoral de artesãos, empresários e empreendedores que atuam no cenário da economia criativa em Manaus. Além de dezenas de estandes com produtos criativos	Público em geral, artistas locais, empreendedores.	Requalificação urbana da antiga Ilha de São Vicente aliada a atividades de desenvolvimento social e cultural
16 EMT	09/09/201 6	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;	EM TEMPO	Editado por Márcio Azevedo - Com informações da assessoria	Feira do Paço agita o centro antigo de Manaus no domingo	Exposição dos trabalhos dos empreendedores dos mais diversos segmentos da economia criativa, e apresentações artísticas.	Empreendedores e público em geral	Integrar a comunidade São Vicente, oferecendo um ambiente rico em cultura, artesanato e história aos moradores e visitantes da feira

17 EMT	19/09/2016	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;	EM TEMPO	Editado por Márcio Azevedo - Com informações da assessoria	Ponta Negra vai receber mostra de artes visuais a partir de quinta	Resultado de políticas públicas culturais e visa aproximar a população dos artistas	Artistas Visuais e população manauara	Fomentar a economia criativa e cultural na capital amazonense
18 EMT	21/10/2016	Eleições Municipais;	EM TEMPO	Com informações da assessoria/ Editado por Márcio Azevedo	'Passo a Paço', o centro histórico de Manaus vai se tornando 'point' da arte e gastronomia amazonenses	Movimentar o cenário cultural da cidade e fomentar a economia criativa.	Público em geral, artistas locais, empreendedores.	Ocupação artística do Centro Histórico de Manaus
19 JC	15/02/2016	Ecoturismo olímpico para atender turistas; Amazonas vive surto de gravidez na infância; Ato contra Governo Dilma; Manaus adere a hora	Jornal do Comercio AM	Artur Mamede	Rentáveis ideias na indústria e comércio	A criatividade é uma das características do brasileiro e quando unida ao empreendedorismo, pode gerar emprego e renda. E que o Amazonas é um celeiro fértil que	Leitores da coluna de Economia	Aproveitar o potencial criativo do estado do Amazonas para alavancar a economia.

		do planeta; Vazamento de óleo - vazamento contaminou um dos afluentes do rio Amazonas e atingiu comunidades indígenas				necessita de investimento e se bem trabalhado pode ser visto com grande potencial no segmento da economia criativa.		
20 JC	22/06/2016	4ª Mundial Art em Manaus; A onça Juma, que participou de um dos eventos de passagem da tocha olímpica em Manaus, no Centro de Instrução de Guerra na Selva (Cigs), foi sacrificadas após a cerimônia.	Jornal do Comercio AM	Jornal do Comercio	Abertas inscrições para prêmios no Amazonas	Empreender iniciativas para ampliar a compreensão da Amazônia e desvendar novos caminhos em prol do desenvolvimento sustentável da região.	Empreendedores e Pesquisadores	Identificar projetos inovadores e reconhecer personalidades que contribuem para o desenvolvimento da Amazônia
21 JC	09/08/2016	Início de transição do Governo Dilma para Temer; Crise fiscal nos estados; Início	Jornal do Comercio AM	Jornal do Comercio e Assessoria	Programa convoca Startups da Amazônia	Apoio ao desenvolvimento e a aceleração de empreendimentos inovadores na região amazônica	Empreendedores	Desenvolver a região através de empreendimentos inovadores por meio do Edital de Economia Criativa

		das Olimpíadas no Brasil, e dos jogos em Manaus como cidade sede.						da Universidade Estadual do Amazonas
22 JC	31/08/2016	Final do mês das Olimpíadas; Encerradas as atividades folclóricas na cidade de Manaus;	Jornal do Comercio AM	Hellen Miranda	Terreno fértil para networking	Pensar alternativas criativas em tempos de crise, através da apresentação de palestras, oficinas, dinâmicas, amostras de filmes, mesas-redondas, painel executivos e exposições de temas como empreendedorismo universitário, feminino, social, empreendedorismo, economia criativa, mídias sociais, entre outros.	Empresas, atores e formadores de opinião na área de empreendedorismo e inovação da Amazônia	Promover um espaço para discutir, aprender e gerar networking – Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas
23 JC	01/09/2016	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos	Jornal do Comercio AM	Hellen Miranda	Plataformas apostam nas mulheres	Empreendedorismo Feminino em tempos de crise, alinhado à economia criativa.	Mulheres	Enfrentamento de Crise; Empoderamento Feminino.

		buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;						
24 JC	08/09/2016	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;	Jornal do Comercio AM	Priscila Caldas	Economia criativa em ascensão no AM	Histórico de Economia Criativa e como é realizada a leitura sobre o seu potencial no Amazonas	Leitores do Jornal da editoria de economia; Investidores em startups.	Apresentar dados e possibilidades de se realizar economia criativa no Amazonas
25 JC	08/09/2016	Durante e pós olimpíada em Manaus, há um grande boom de eventos buscando a ocupação de espaços públicos, para oferta dos mais diversos serviços;	Jornal do Comercio AM	Jornal do Comercio e Assessoria	Instituto Amazônia promove Feira do Paço	Exposição de produtos confeccionados a partir da criatividade, do talento e da propriedade intelectual dos artesãos locais, além das experiências multiculturais.	Público em geral, artistas locais, empreendedores.	Requalificação urbana da antiga Ilha de São Vicente aliada a atividades de desenvolvimento social e cultural
26 JC	09/11/2016	Ministro da Cultura, do		Jornal do Comercio	Definidas as dez startups	Investir através de startups nas mais	Empreendedores; Startups;	Demonstrar de produtos e

		Governo Temer pede demissão por supostamente ter sido pressionado pelo ministro da Secretaria de Governo, Geddel Vieira Lima, para que o Iphan aprovasse o projeto imobiliário. Enem;			finalistas do DemoDay	variadas áreas da economia amazonense, dentre elas a economia amazonense.	Pesquisadores.	serviços inovadores com potencial de geração de negócios
27 GOV	19/11/2015	Peixes contaminados são vendidos no Amazonas; Terremoto no Peru é sentido em Manaus; Eleição para conselheiros tutelares; STF autorizou a prisão de Delcídio do Amaral	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	Fiam 2015 – Acordo entre Governo do Amazonas e Ministério da Ciência e Tecnologia vai estimular a formação de empresas nascentes (startups) de tecnologia	Construir com urgência um viés econômico além da Zona Franca de Manaus, que contemple a diversificação da economia do Estado.	Empreendedores	Promover empresas emergentes na área de pesquisa, desenvolvimento e tecnologia inovadoras
28 GOV	05/02/2016	Ecoturismo olímpico para	Portal do	SECOM	Incubadora de Empresas	Recursos para investir pesado	Alunos, egressos e cursos de	Identificar e oferecer suporte a

		atender turistas; Amazonas vive surto de gravidez na infância; Ato contra Governo Dilma; Manaus adere a hora do planeta; Vazamento de óleo - vazamento contaminou um dos afluentes do rio Amazonas e atingiu comunidades – Processo de Cassação Governo Melo(Amazonas)	Governo do Amazonas		da UEA é selecionada para o Programa de Economia Criativa	em empreendedorismo, ambientes de inovação, além de fortalecer e lançar startups no mercado	tecnologia	novos projetos de empreendedorismo em todo o país, fomentando tecnologias emergentes e contribuindo para o desenvolvimento de novas empresas
29 GOV	04/03/2016	Ecoturismo olímpico para atender turistas; Amazonas vive surto de gravidez na infância; Ato contra Governo	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	Governador José Melo participa do 7º Fórum de Governadores do Brasil Central em Goiânia e destaca a	Investimentos nos estados para desenvolver o Brasil e incentivar a retomada do crescimento	Estados	Pensar em soluções criativas para enfrentar a crise econômica

		Dilma; Manaus adere a hora do planeta; Vazamento de óleo - vazamento contaminou um dos afluentes do rio Amazonas e atingiu comunidades			importância da união entre os estados brasileiros			
30 GOV	04/03/2016	Ecoturismo olímpico para atender turistas; Amazonas vive surto de gravidez na infância; Ato contra Governo Dilma; Manaus adere a hora do planeta; Vazamento de óleo - vazamento contaminou um dos afluentes do rio Amazonas e atingiu comunidades	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	O embaixador do Canadá no Brasil, Riccardo Savone, realizará a palestra 'Venha conhecer o Canadá' para os 48 mil estudantes de três mil comunidades rurais	Conhecer melhor o Estado e identificar as oportunidades de maiores colaborações	Governos, alunos da rede pública.	Buscar soluções criativas para encurtar as distâncias e oferecer serviços públicos às comunidades mais remotas

31 GOV	17/06/2016	4ª Mundial Art em Manaus; A onça Juma, que participou de um dos eventos de passagem da tocha olímpica em Manaus, no Centro de Instrução de Guerra na Selva (Cigs), foi sacrificadas após a cerimônia	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	Palestras gratuitas sobre Startups serão realizadas na UEA	Gerar poucos gastos e buscar a inovação em qualquer área ou ramo de atividade, procurando desenvolver um modelo de negócio escalável e que seja repetível	Jovens empreendedores	Treinamento e capacitação para jovens empreendedores em diversas áreas, dentre elas a economia criativa.
32 GOV	08/08/2016	Início de transição do Governo Dilma para Temer; Crise fiscal nos estados; Início das Olimpíadas no Brasil, e dos jogos em Manaus como cidade sede.	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	Programa de Economia Criativa convoca Startups da Amazônia	Apoio ao desenvolvimento e a aceleração de empreendimentos inovadores na região amazônica.	Empreendedores	Treinamentos, assessoria, mentoria, acesso a tecnologias e suporte a atividades de Pesquisa & Desenvolvimento e Inovação - A ação é promovida pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de empreendimentos Inovadores (Anprotec),

								Samsung e pelo Centro Coreano de Economia Criativa e Inovação (CCEI).
33 GOV	10/10/2016	Eleições municipais; Manaus sofre apagão; Informam a possível desativação Cadeia Vidal Pessoa	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	Semana de Ciência e Tecnologia inicia com 'Amazonas Inovador'	Acesso dos participantes à cultura do empreendedorismo e inovação, com exploração das áreas de Economia Criativa, Empreendedorismo e Inovação.	Estudantes do Ensino Médio e técnico.	Orientar os novos e futuros empreendedores para que não apenas estejam mais preparados para as dificuldades do mercado, mas que saibam trabalhar com inovação, em seus aspectos mais amplos, fazendo a diferença em ambientes competitivos
34 GOV	11/10/2016	Eleições municipais; Manaus sofre apagão; Informam a possível desativação Cadeia Vidal Pessoa	Portal do Governo do Amazonas	SECOM	"Amazonas Inovador" acontece dia 18 de novembro	Acesso dos participantes à cultura do empreendedorismo e inovação, com exploração das áreas de Economia Criativa, Empreendedorismo	Estudantes do Ensino Médio e técnico.	Estimular a curiosidade, o interesse e a participação da população sobre os temas contemporâneos, facilitando o acesso ao conhecimento, e tendo em vista o

						o e Inovação.		cenário econômico desfavorável, a procura por atividades complementares de renda e até mesmo a abertura de novos negócios estão em alta crescente.
--	--	--	--	--	--	---------------	--	--

2015 – 05 MATÉRIAS

2016 – 29 MATÉRIAS

A CRITICA – 09 MATÉRIAS

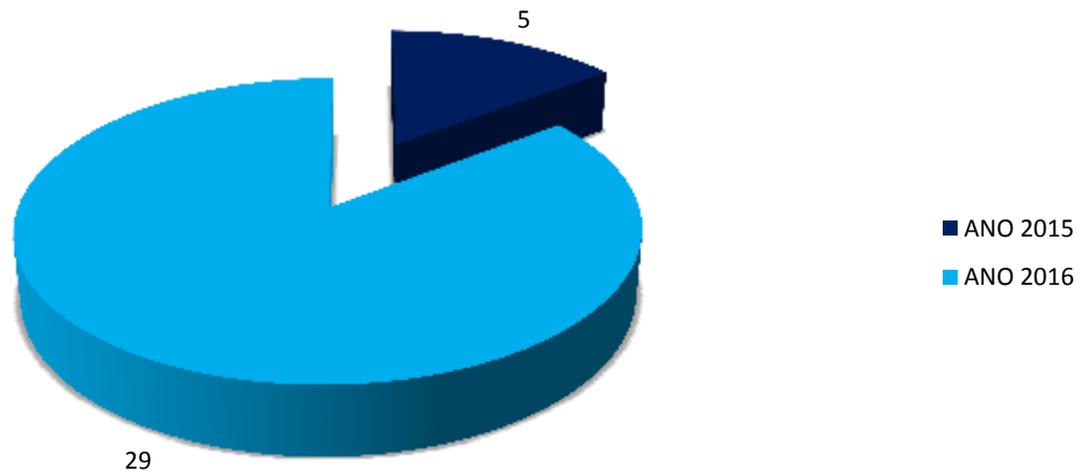
D24AM – 02 MATÉRIAS

EM TEMPO – 07 MATÉRIAS

JORNAL DO COMMERCIO AM – 08 MATÉRIAS

GOVERNO DO AMAZONAS – 08 MATÉRIAS

ANO DE LEVANTAMENTO POR NÚMERO DE MATÉRIAS



NÚMERO DE MATÉRIAS POR VEÍCULOS



