



Redes de arte e cultura: a diversidade como recurso político e econômico¹

Sharine Machado Cabral Melo²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

RESUMO

Este artigo discute a importância social e econômica atribuída à cultura e à diversidade artística a partir da relevância de aspectos imateriais no contexto da economia cognitiva. As hipóteses indicam a articulação de artistas, tomados cada vez mais por empreendedores; e a utilização de redes sociais para disputar a atenção do público, uma vez que a variedade também passa a ser entendida como recurso para a inovação. A conclusão aponta tanto para a convivência de diversas correntes artísticas (tendo em vista o declínio da ideia de uma história da arte linear, marcada pela sucessão de estilos), quanto para a possibilidade de transpor os guetos que se formam e de engendrar, assim, novos processos de mestiçagens e traduções.

PALAVRAS-CHAVE: artes; capitalismo cognitivo; comunicação em rede

INTRODUÇÃO

*Sou uma grande máquina movida por grandes correias
de que só vejo a parte que pega nos meus tambores,
o resto vai além dos astros, passa para além dos sóis,
e nunca parece chegar ao tambor donde parte...*
(Álvaro de Campos)

Desde meados do século XX, com a decadência do “capitalismo industrial”, vem se manifestando uma série de mudanças a que Boutang (2011) chama de “capitalismo cognitivo”. Embora o trabalho “material” de fato não tenha deixado de existir, o autor argumenta que os modos de produção e as relações de trabalho vêm sofrendo transformações, que incluem: a tendência de virtualização da economia; a importância do “imaterial” como resultado do desenvolvimento das tecnologias digitais, o que é especialmente visível no discurso das empresas em busca de “inovação”, com o

¹ Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Doutoranda no Programa de Estudo Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. E-mail: sharinemelo@gmail.com.



propósito de gerar “conhecimento”; o declínio do modelo fordista, uma vez que a economia de escala vem sendo substituída por uma “economia da variedade” e por estratégias mais flexíveis de produção; e, na base de todas essas mudanças, a cooperação entre pessoas, mas com uma diferença: ao contrário do capitalismo industrial, que converte o conhecimento em maquinaria para produção de bens materiais, no capitalismo cognitivo, o objetivo é a produção do conhecimento por meio do próprio conhecimento.

Ora, em grande medida, este é o modelo de criação das ciências e das artes. É verdade que a cultura se desenvolve de modo independente dos processos políticos e culturais das sociedades, mas deve-se também considerar os cruzamentos e as inúmeras apropriações que ocorreram ao longo da história e que estão em curso atualmente.

Este trabalho pretende discutir algumas decorrências possíveis do paradigma descrito por Boutang (2011) para a produção e a difusão das artes visuais e de espetáculo, desenvolvidas principalmente por pequenos artistas e produtores. As hipóteses são as seguintes: (1) a relevância dos aspectos imateriais reverbera na importância da cultura, que passa a ser percebida, em grande parte, também como recurso sociopolítico e econômico, capaz de gerar riquezas. Revela-se, então, a grande quantidade de artistas, reconhecidos e anônimos, que, incentivada a desenvolver seu trabalho, nem sempre tem acesso aos equipamentos culturais e aos meios de comunicação de massa, o que leva à articulação em rede e ao desenvolvimento de novas competências, próximas do empreendedorismo; (2) com o reconhecimento da diversidade como recurso para a inovação, as várias correntes artísticas ganham visibilidade e existem simultaneamente, o que leva também a uma disputa pela atenção do público e ao uso das redes sociais para divulgação das obras.

Se, do ponto de vista econômico, a questão é a possibilidade dos próprios artistas gerarem riqueza para produção e difusão de seus trabalhos; do ponto de vista cultural, há de se pensar a possibilidade de transpor os guetos que se formam e de engendrar, assim, processos de mestiçagens e de traduções.



1. REDES DE ARTE E CULTURA

(...) o povo é o inventalínguas na malícia da maestria no matreiro da maravilha no visgo do improviso tentando a travessia azeitava o eixo do sol pois não tinha serventia metáfora pira ou quase o povo é o melhor artífice no seu martelo galopado no crivo do impossível no vivo do inviável no crisol do incrível do seu galope martelado (...)
(Haroldo de Campos)

Haroldo de Campos (2004) capta em seu poema como a maior parte da cultura de uma sociedade é construída de forma coletiva e anônima. As artes, em suas mais diversas linguagens, estão sempre inseridas neste ambiente cultural, uma vez que os artistas estão em constante interação com outras pessoas, obras e acontecimentos.

Lotman (1990) entende a cultura a partir da ideia de texto e afirma que, assim como existe a biosfera, que abriga todas as espécies da vida, há um espaço semiótico necessário para a existência e o funcionamento das linguagens, chamado semiosfera. Advindo do campo da semiótica, o autor considera relevantes duas premissas a partir das quais Saussure (*apud* LOTMAN, 1990) desenvolve suas proposições: a oposição entre linguagem e discurso (ou código e texto), o que significa que só há linguagem completa na coletividade; e a oposição entre sincronia, que confere integridade ao sistema, e diacronia, externa e acidental. Para o semiótico francês, uma vez que os indivíduos, isolados, não são capazes de criar ou de modificar os códigos, estes existem apenas como uma espécie de contrato entre os membros de uma comunidade; e as linguagens (ou códigos) podem ser estudadas independentemente dos discursos. Na proposta de Saussure (*apud* LOTMAN, 1990), há uma clara preferência pelo estudo do código, em vez do texto, o que é condizente com a época em que este sistema foi desenvolvido, o século XIX, bastante influenciado pela ciência positivista. Com isso, a ênfase é colocada sobre um modo técnico de transmissão: o sistema funciona de forma correta se o receptor decodifica a mensagem exata enviada pelo emissor. Neste raciocínio, as linguagens artísticas são consideradas exceção.

No entanto, para Lotman (1990), quando a estrutura semiótica é tomada por este modelo artificial, ela perde suas outras funções: a criatividade e a memória. Todo sistema que realiza a gama de possibilidades semióticas não só transmite, mas cria novas mensagens, a partir dos processos de tradução. E os textos não somente criam novas mensagens, mas também condensam memórias. Toda cultura sofre invasões de textos casuais e isolados, que nem sempre podem ser incluídos em uma tradição de



continuidade. Essas invasões são importantes para conferir dinamicidade ao sistema. Por outro lado, textos que preservam sua atividade cultural revelam uma capacidade para gerar memória, ou seja, acumular informação.

As culturas que recebem influências de outras culturas com mais intensidade e frequência multiplicam, ao infinito, o número de seus textos, por isso, são mais dinâmicas do que aquelas orientadas a elas próprias. A arte nasce da tensão entre esses dois sistemas. Como toda inovação artística é desconhecida do público, ela deve ser apropriada e reconstruída. Mas estas ações somente são possíveis porque nenhuma linguagem é totalmente individual. Sempre há elementos compartilhados pelos participantes de um ato de comunicação, além disso, sempre há na arte elementos de metalinguagem, aqueles que refletem sobre o próprio código. Todas as linguagens fazem parte da semiosfera, que é, por isso, marcada pela heterogeneidade. Seus elementos não são estáticos, mas dinâmicos. Na história da arte, obras de lugares ou períodos distantes preservam sua importância na cultura, “morrem” e “renascem” sob novas leituras e interpretações (LOTMAN, 1990).

Para Lotman (1990), as culturas tendem também a organizar seus elementos e, assim, são formados os centros e as periferias, que se relacionam em maior ou menor grau. Mas estas relações não são estanques. Nos países da América Latina, por exemplo, são as periferias que, com frequência, assumem papéis centrais nas culturas, marcadas pela mestiçagem e pela antropofagia (PINHEIRO, 2009).

Esta dinâmica acontece de forma independente dos processos políticos e econômicos das sociedades, no sentido de que um sistema cultural pode ser complexo, sem que, necessariamente, a política e a economia do mesmo local sejam bem estruturadas, ou o contrário. Mas, de qualquer maneira, sempre existem cruzamentos e formas diversas de apropriação. O século XVIII viu nascer a estética e elevou a arte a campo autônomo, muitas vezes tomado, inadvertidamente, pelo todo da cultura. Certamente, este foi um período de grande riqueza e elaboração das linguagens. Mas, se, nesta época, a arte aproximou-se de um sistema de mercado e uma pretensa cultura hegemônica foi denunciada, a partir de meados do século XX, mudanças no sistema capitalista, que se apresentam principalmente na importância atribuída aos elementos “imateriais”, vêm valorizando a cultura do ponto de vista econômico e conferindo visibilidade ao variável, ao diverso.



2. APROXIMAÇÕES ENTRE ARTE E ECONOMIA

Boutang (2007) lembra que a cultura, seja ela aristocrática ou popular, nunca foi um bem puramente comercial. No entanto, fatores como a invenção da imprensa e de outros meios de comunicação que permitem a reprodução em larga escala contribuíram para que a subvenção da igreja e do estado para as artes fosse, em grande parte, repassada ao mercado. A partir de então, coexistem, paradoxalmente, o desejo do público de ter acesso a um bem comum e o monopólio criado - segundo o autor, artificialmente - sobre as obras, por meio de direitos autorais e de reprodução.

Além disso, a aproximação dos artistas com o mercado englobou tanto a formação do público quanto a mudança no próprio conceito de arte, que se afastou do artesanato e mesmo da “ciência” para ter como característica principal o uso da subjetividade do autor (o estilo), compondo todo o imaginário romântico do gênio criativo e solitário e estabelecendo as diferenças – sempre borradas – entre cultura “popular” e “erudita”.

A obra de Pierre Bourdieu (1986) mostrou como o campo artístico, durante muito tempo negligenciado pelos economistas, estruturou-se, principalmente desde o século XIX, a partir de relações complexas com a sociedade burguesa, o mercado e as classes dirigentes. Para o autor, se a economia lida apenas com práticas de trocas materiais, com interesse estrito pelo lucro, o universo da produção cultural burguesa torna-se uma exceção e se apresenta como “campo de desinteresse”.

No entanto, o desinteresse é apenas aparente, uma vez que as três formas de capital que Bourdieu (1986) distingue - econômico, cultural e social - são diretamente relacionadas e convertem-se umas nas outras. O capital cultural se apresenta em três estados. O primeiro, incorporado, revela-se no próprio corpo, em conhecimentos, hábitos e gestos adquiridos ao longo da vida; o segundo, objetivado, apresenta-se na forma de bens materiais, como obras de arte, por exemplo; e o último, institucionalizado, se dá pelo reconhecimento de títulos escolares. Com isso, o autor ressalta que os bens culturais podem ser apropriados material ou simbolicamente. Para que se tenha acesso aos bens culturais, o capital econômico é suficiente. Mas, para se apropriar deles de acordo com propósitos específicos, o capital cultural é imprescindível.



O tempo necessário para que as pessoas adquiram o capital cultural, seja no ambiente familiar, seja em instituições como a escola, é, portanto, o que estabelece a relação com o capital econômico. Como o capital cultural tende a persistir, para Bourdieu (1986), este sistema contribui para a distinção entre as classes sociais.

Contudo, é preciso lembrar que a estética e a história universal da arte tiveram uma existência efêmera porque surgiram de forma paralela ao desenvolvimento do mercado e dos meios de comunicação de massa, que disseminaram imagens, sons, textos ao mesmo tempo em que modificaram as formas de recepção. Desde a análise de Walter Benjamin (2008), as obras aproximaram-se do público e perderam o que ele chama de “aura”, “o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra” (BENJAMIN, 2008, p. 167). Para Benjamin (2008), em vez do romance burguês, que implica em leitura solitária e silenciosa, o paradigma da arte que emerge com o século XX é o cinema, visto pela coletividade.

Com a reprodutibilidade técnica das obras são criadas também novas possibilidades de desenvolvimento de linguagens e de traduções entre artes e meios de comunicação. Mas, embora pareça acessível a todos, no sistema que abrange as mediações de massa associadas às estratégias de *marketing*, são poucos os artistas que, por mérito de suas obras ou por questões comerciais, destacam-se e conseguem recursos para divulgação. Além dos que se tornam reconhecidos por estes meios, enorme quantidade de artistas trabalha diariamente, resistindo ou adaptando-se ao mercado, à economia. E são eles que ajudam a compor o campo cultural, conforme análise de Lotman (1990).

Mas, como já foi dito, uma nova dimensão entra em jogo a partir de meados do século XX: esta mesma diversidade, que por vezes escapa ao alcance dos equipamentos culturais e dos meios de massa, vem sendo cada vez mais considerada pelos planos político e econômico.

3. A CULTURA COMO FONTE DE RIQUEZAS

George Yúdice (2003) afirma que o papel da cultura na sociedade atual tem se expandido de maneira sem precedentes em direção à política e à economia, ao mesmo tempo em que as noções tradicionais do termo vêm se esvaziando. O autor não enfatiza a arte como um modelo elevado, tal como emergiu no século XVIII, tampouco como forma de distinção, como a proposta de Bourdieu descrita acima. Mas revela seu uso



como um recurso para o desenvolvimento sociopolítico e econômico: “melhorar a educação”, “apaziguar conflitos sociais”, “promover o turismo”, “criar empregos”, “reduzir o crime”, e mesmo “gerar lucro” (YÚDICE, 2003, p. 12).

Essas funções são visíveis quando museus e teatros passam a ser tomados por fatores de desenvolvimento urbano; rituais e práticas estéticas cotidianas são usadas em atividades como turismo; e o setor de entretenimento e as indústrias culturais, por sua vez, passam a movimentar mercados internos e exportações (YÚDICE, 2003). No Brasil, a criação, em 2011, da Secretaria de Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura, reforça a ideia de que podem ser extraídas riquezas deste setor, de que a cultura, em geral, não é apenas um patrimônio, um bem a ser preservado.

Deste cenário, mas especialmente da possibilidade de “gerar lucro”, derivam conceitos como o de “economia criativa”. Inicialmente, na década de 1990, este termo foi relacionado à decisão do governo do primeiro ministro do Reino Unido, Tony Blair, de estabelecer a *Creative Industries Task Force*, como atividade central do *Department of Culture, Media and Sport*, recente àquela época. A partir de então, o conceito passou a se disseminar para outros lugares, começando por Austrália, Nova Zelândia, Singapura e Hong Kong e, em seguida, foi adotado por discursos acadêmicos, como os dos pesquisadores da *Queensland University of Technology*, na Austrália (FLEW; CUNNINGHAM, 2010).

Entre as questões que emergem com a ideia de economia criativa, estão: os limites para o campo, que abrange áreas tão distintas quanto desenvolvimento de softwares e propaganda ou design; e a formação de conglomerados que controlam a produção artística e midiática, o que, associado ao mercado tecnológico e digital, transmite a impressão – muitas vezes falsa – de que o setor como um todo proporciona desenvolvimento econômico (MILLER, 2009; GARNHAM, 2005). Mas, para a proposta deste trabalho, que tem como escopo as artes visuais e de espetáculos, serão considerados: a noção de que as atividades criativas podem - e devem - gerar riquezas; e o reconhecimento da diversidade também como um recurso econômico.

Com isso, no campo das artes visuais e de espetáculos, vêm à tona grupos que reivindicam a afirmação de suas próprias estéticas, ora aproximando-se de uma busca por identidades que – improváveis – muitas vezes os restringem a guetos, ora transpondo essas barreiras e efetivando processos de traduções que criam novas linguagens e obras.



Do ponto de vista cultural, esta configuração do campo artístico contribui para que a ideia de uma história da arte universal e autônoma, formada por uma sucessão de estéticas, seja substituída pela convivência de diversas correntes. Mas, como o próprio sistema de produção e divulgação das artes (que envolve curadores, público, meios de comunicação e todas as implicações das leis de direitos autorais) não tem espaço para acolher todos os artistas, são criados, do ponto de vista político e econômico, modos de articulação e de difusão em rede, discutidos a seguir.

4. ARTICULAÇÕES EM REDE

Apesar (ou talvez por motivo) da expansão da cultura em direção à economia e à política, poucos artistas e empresas voltadas à produção cultural possuem recursos suficientes para explorar oportunidades de mercado e utilizar estratégias de *marketing* e de comunicação eficientes. Por isso, eles precisam de uma grande capacidade de relacionamento com outros profissionais e com o público (BILTON, 2007). Como é esperado que, em vez de receber subsídios, artistas criem riquezas pelo menos para produção e divulgação das próprias obras, eles acabam por firmar outras relações de trabalho, mesmo levando em conta fundos públicos de financiamento para as artes (o que, por sua vez, leva a questões sobre os critérios utilizados para selecionar as obras que “merecem” o apoio, o que foge à proposta deste trabalho).

Uma pesquisa recente, Panorama Setorial da Cultura Brasileira, encomendada pelo Ministério da Cultura e pela Vale, mostrou que empresas privadas têm interesse em investir em pequenas produções culturais para “dar oportunidade a novos artistas”; “reconhecer organizações locais”; “estimular o inusitado” e “comunicar-se com diferentes públicos”. No entanto, este mesmo grupo afirmou que a falta de indicadores torna difícil mensurar o retorno sobre o investimento. Além disso, há conflitos entre os interesses culturais - de artistas e produtores - e os comerciais - das empresas. Para os investidores privados, o patrocínio a projetos culturais é visto como forma de “facilitar a comunicação, valorizar e conferir cidadania à marca, melhorar o relacionamento e/ou convivência com as comunidades locais”, enquanto para 95% dos produtores culturais, “investir em cultura é transformar a sociedade” (JORDÃO; ALLUCCI, 2012, pp. 101, 123, 146).

Por questões como essas, Tony Bennett (2007) afirma que o sucesso de um artista profissional envolve, atualmente, pelo menos o mesmo conjunto de competências



de qualquer pessoa que decida criar e gerenciar seu próprio negócio. Bennet (2007) também ressalta que muitos músicos profissionais, por exemplo, exercem outras atividades, como o ensino. Seu estudo mostrou, ainda, que os artistas gostariam de incluir em seus currículos conhecimentos de comunicação, pedagogia, psicologia e performance.

De fato, multiplica-se a oferta de cursos para desenvolvimento de projetos artísticos e captação de recursos públicos ou privados, por meio de editais específicos ou através de leis de incentivo fiscal. A Universidade Federal do Rio de Janeiro, por exemplo, oferece o curso de Produção Cultural, que tem em seu programa disciplinas de *marketing*, além de sociologia, psicologia, redação de projetos³. Já o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia oferece o Curso Superior de Tecnologia em Produção Cultural, que “tem como objetivo geral a formação de profissionais que compreendam a cultura como uma construção coletiva”⁴. Além destes, também se disseminam cursos técnicos ou profissionalizantes, de curta duração, oficinas, palestras.

Outro exemplo pode ser visto no *site* do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Na página destinada à cultura e à economia criativa, há itens sobre “empreendedorismo”, “negócios” e “mercado”. Além disso, o próprio Plano da Secretaria de Economia Criativa, mesmo referindo-se às artes, inclui, entre os desafios: “Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos”; “Educação para competências criativas”; e “Infraestrutura de criação, produção, distribuição/ circulação e consumo/ fruição de bens e serviços criativos” (BRASIL, 2011, pp. 35, 36)⁵. O apoio do BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) a projetos artísticos e culturais e a parceria do Ministério da Cultura com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) para coleta de dados são, ainda, grandes indícios da relevância política e econômica do campo.

No entanto, embora o nível de escolaridade de produtores culturais brasileiros seja alto para a média do país (77% têm formação superior), apenas 17% têm formação educacional específica. Na prática, os papéis de artistas e de produtores muitas vezes se confundem: ainda segundo o Panorama Setorial da Cultural Brasileira (JORDÃO; ALLUCCI, 2012, pp. 51, 63), 47% dos produtores são artistas e usam a produção como

³ Ver: <http://www.ufjf.br/>

⁴ Ver: <http://www.ifjf.edu.br/>

⁵ Ver: <http://www.sebrae.com.br/>



meio para se expressar, e 31% praticam a atividade com a intenção de depois se tornarem artistas.

Os meios digitais, que suportam a formação das redes, são muito utilizados tanto para articulação em busca de recursos, quanto para divulgação das obras. Exemplos recentes que combinam o uso da tecnologia com a articulação em rede para criação de valor econômico são os *sites*: <http://artworkproject.com/> (acesso em 05/10/2012): “*Un espacio abierto a todas las disciplinas relacionadas con la expresión artística para el aumento de la colaboración entre ellas.*”; <http://www.artween.com/> (acesso em 05/10/2012): “*Artween is a community site that invites all players in the world of art to share, discover, enjoy and express themselves about their passion.*”; <http://teatroderuanobrasil.blogspot.com.br/> (acesso em 05/10/2012): “*Todos os grupos de teatro, artistas-trabalhadores, pesquisadores e pensadores envolvidos com o fazer artístico da rua, pertencentes à RBTR podem e devem ser seus articuladores para, assim, ampliar e capilarizar, cada vez mais, reflexões e pensamentos, com encontros, movimentos e ações em suas localidades.*”

Redes sociais como o *Facebook* também vêm sendo usadas para divulgação das obras (66% dos produtores brasileiros usam as redes sociais como instrumento de trabalho, mas também é preciso considerar a divulgação dos próprios artistas e mesmo do público) (JORDÃO; ALLUCCI, 2012, pp. 51, 63). Este fenômeno não é recente, como demonstra Gilberto Prado a partir do exemplo da *New York Correspondence School of Art*⁶, criada pelo artista Ray Johnson na década de 1960. A fundação desta escola marcou o nascimento da *mail-art*⁷, conhecida no Brasil como arte postal, uma rede livre, paralela ao mercado oficial, que reunia artistas das mais diversas nacionalidades e “inclinações ideológicas” em torno de um objetivo comum: experimentar novas formas de compartilhar seus trabalhos por meio da troca de correspondências (PRADO, 2003, p. 40).

Mas o uso das redes não se restringe à articulação em busca de recursos ou à divulgação, pelo contrário, influencia a própria estética e se expande para práticas coletivas: novas formas de interação emergem com as vanguardas artísticas do começo da década de 1920, passando por iniciativas como as do Judson Dance Theatre e da coreógrafa Pina Bausch, que criava obras de dança sobre assuntos cotidianos com a colaboração dos bailarinos da companhia, e culminando com as diversas atuações de

⁶ Ver: <http://www.rayjohnson.org/links-page/links-on-ray-johnson>

⁷ Ver: <http://www.mail-art.de/>



teatros de grupo; a arte de rua – hip-hop, grafite – é outro exemplo, embora o caminho seja inverso, do dia-a-dia para os museus e as casa de espetáculos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Claire Bishop (2008) vê os grupos de artistas com desconfiança. Para a autora, por trás dos coletivos que se disseminam por bienais, galerias e festivais, há um princípio que funcionaria como as vanguardas da atualidade, ou seja, obras socialmente engajadas, que procuram levar adiante “o apelo modernista de mesclar a arte à vida”, o que faria com que questões políticas e éticas prevaleçam sobre a estética. Ocorre que a arte já não é mais concebida como no século XVIII, inserida em uma história universal. As redes surgem, elas próprias, como uma alternativa tanto para a cultura “oficial”, “erudita”, quanto para seu par: as tentativas de democratização de acesso e de difusão em massa. Assim, em vez de sucessivas correntes, os artistas se organizam de acordo com seus interesses, sejam eles sociais ou estéticos.

Como este trabalho procurou mostrar, a valorização de aspectos imateriais e da diversidade como recurso para a economia e a política trouxe à tona essa diversidade de grupos artísticos e, com ela, a dificuldade em obter financiamento para produção e divulgação das obras, o que revela também as estratégias de articulação e os usos das redes sociais. Para Michaud (2011), atualmente, cada um – mesmo críticos que trabalham para veículos de comunicação – julga a partir das referências de sua própria rede ou comunidade, o que culmina com um movimento duplo de diferenciação: o vertical, que vem se desfazendo, mas ainda é visível em distinções de “alta” e “baixa” cultura; e o horizontal, cada vez mais forte, que diferencia “a nossa cultura” da “cultura do outro” (MICHAUD, 2011, p. 61).

O perigo que se corre é que cada grupo se feche em guetos, em suas próprias convicções sociais e estéticas. Mas Boaventura de Souza Santos (2010), ao propor o modelo de uma ecologia de saberes, aponta como caminho o “reconhecimento da pluralidade de conhecimentos heterogêneos” e “interações sustentáveis e dinâmicas entre eles sem comprometer a sua autonomia” (SANTOS, 2010, p. 53). Quando os artistas são capazes de aplicar este modelo ao seu trabalho, além de obter recursos financeiros, eles engendram processos de mestiçagens e de traduções que tornam a cultura mais rica, dinâmica e complexa, aproveitando toda a potência das redes, em seus mais diversos sentidos.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7ª edição. Obras Escolhidas, volume 1. Traduzido por Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 2008.
- BENNETT, T. The Work of Culture. **Journal of cultural sociology**. Vol. 1, n. 1. pp: 31-48. 2007. Disponível em http://www.uws.edu.au/_data/assets/pdf_file/0009/185868/Bennett_TheWorkOfCulture_CCRCopyFinal.pdf. Acesso em 27/04/2012.
- BILTON, C. **Cultures of management: cultural policy, cultural management and creative organizations**. Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick, Inglaterra. 2007. Disponível em <http://www2.lse.ac.uk/geographyAndEnvironment/research/Bilton-june28.doc>. Acesso em 05/05/2012.
- BISHOP, C. A virada social: colaboração e seus desgostos. Traduzido por Jason Campelo. **CONCINNITAS. Revista do Instituto de Artes da UERJ**. Vol. 1, n. 12. 2008. Disponível em www.concinnitas.uerj.br. Acesso em 13/08/2012.
- BOURDIEU, P. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. E. **Handbook of theory of research for the sociology of education**. Traduzido por Richard Nice. Greenwood Press, 1986.
- BOUTANG, Y. M. **Cognitive capitalism**. Traduzido por Ed Emery. Cambridge: Polity, 2011.
- BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações. 2011-2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- CAMPOS, H. **Galáxias**. São Paulo: Editora 34, 2004.
- FLEW, T; CUNNINGHAM, S. Creative industries after the first decade of debate. **The information society**. Vol. 26, n. 2, pp. 113-123. 2010. Disponível em <http://eprints.qut.edu.au>. Acesso em 14/04/2012.
- GARNHAM, N. From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. **International Journal of Cultural Policy**. Vol 11, n. 1. 2005. Disponível em http://nknu.pbworks.com/f/from_cultural_to_creative_industries.pdf >. Acesso em 14/04/2012.
- JORDÃO, G; ALLUCCI, R. R. **Panorama setorial da cultura brasileira 2011/2012**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2012.
- LOTMAN, Y. M. . **Universe of the mind**. A semiotic theory of culture. Traduzido por Ann Shukman. Bloomington e Indianapolis: Indiana University Press, 1990.
- MICHAUD, Y. **La crise de l'art contemporain**. 2ª edição. Paris: Quadrige / puf, 2011.
- MILLER, T. **Can natural luddites make things explode or travel faster? The new humanities, cultural policy studies, and creative industries**. 2009a. Disponível em <http://ussc.edu.au/s/media/docs/other/MillerCREATINDS.pdf>>. Acesso em 30/04/2012.
- PINHEIRO, A. **O meio é a mestiçagem**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- PRADO, G. **Arte telemática: dos intercâmbios pontuais aos ambientes virtuais multiusuário**. São Paulo: Itáu Cultural, 2003. Disponível em <http://www.cap.eca.usp.br/gilbertto/>>. Acesso em 02/04/2012.



SANTOS, B. S. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. In: SANTOS, Boaventura de Souza e MENESES, Maria Paula. (Orgs). **Epistemologias do sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

YÚDICE, G. **The expedience of culture**. Uses of culture in the global era. Durhan e Londres: Duke University Press, 2003.