

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA ECONOMIA DA CULTURA

Alison Ribeiro Centeno¹

RESUMO: Utilizando distintas áreas de conhecimento, trazendo elementos da Economia, Sociologia, Filosofia e Antropologia, o presente artigo traz alguns dos elementos basilares para compreensão da teoria que envolve a economia da cultura como pressuposto para avançar em estudos que objetivem tratar da realidade desse meio da atividade econômica. Abordando cultura e as transformações sociais das últimas décadas do século XX e das duas primeiras décadas do século XXI, o presente artigo trabalha com elementos, como o simbolismo do consumo cultural, a oferta de produtos e serviços para fins de apreciação e o modo como ambos se concatenam no ponto de vista de uma economia vinculada em coisas abstratas.

Palavras-chave: economia da cultura; cultura; simbolismo do consumo; consumo cultural; produção cultural.

ABSTRACT: Using different areas of knowledge, bringing elements of Economics, Sociology, Philosophy and Anthropology, this article brings some of the basic elements for understanding the theory that involves the culture economics, as a prerequisite for advancing studies that aim to deal with the reality of this segment of the economic activity. Abording the culture and social transformations of the last two decades of the twentieth century and the first two decades of the twenty-first century, this article works with elements such as the symbolism of cultural consumption, the offer of products and services for appreciation and the way both are concatenated on an economy bound on abstract things.

Keywords: culture economics; culture; symbolic consumption; cultural consumption; cultural production.

INTRODUÇÃO

O presente artigo² objetiva compreender os embasamentos que permitem teorizar sobre a economia criativa (tanto do aspecto do segmento cultural na atividade econômica, quanto da demanda por produtos e serviços culturais), por meio de uma abordagem multidisciplinar que envolve perspectivas econômica, sociológica, antropológica e filosófica. Dividido em cinco subseções, inicialmente haverá um entrelace entre as compreensões de BOAS (1968;2006) e MOLES (1974) da cultura na sociedade e no cotidiano dos indivíduos, que abrem caminho para a terceira parte dessa apreciação visitando as palavras de Jimmy

¹ Bacharel em Ciências Econômicas pela PUCRS e Mestrando em Ciências Sociais pelo PPGCS/PUCRS.

² Agradecimento aos participantes do GT – Sociedade e Economia do VI Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Múltiplos Olhares desde o Brasil, realizado em Porto Alegre, entre os dias 3 e 5 de outubro de 2017, pelas observações que enobreceram esse trabalho.

Carter em um célebre pronunciamento do ex-Presidente dos Estados Unidos que alertava para as mudanças sociais em processamento.

Assim, BELL (1977), BOURDIEU (2002), IANNI (1976;2003) e KEYNES (1930) terão pontos de suas respectivas amplas teorias colocados em comparação para explicar os aspectos de inflexão nos padrões de consumo e de como a cultura é inicialmente tratada dentro da visão de produção da atividade econômica. Assim feito, a penúltima parte dessa escrita estará elaborada em uma interpretação da interpelação de como o abstrato assume papel relevante no debate teórico socioeconômico, podendo assim concluir o principal objetivo desse artigo que é estabelecer as diretrizes epistemológicas que embasam a economia da cultura.

É importante, sobretudo, não esquecer o princípio weberiano de que o tipo ideal construído deve ser uma mera abstração para compreender a vasta realidade teoricamente impossível de se dar conta analiticamente devido a sua própria imensidão. Quando se trata de economia da cultura, múltiplos aspectos definem o modo de produção e as relações comerciais de produtos e serviços culturais. O ideal de uma economia embasada na cultura deve servir única e exclusivamente para sua análise, construindo um diagnóstico e uma investigação de seu impacto na economia como um todo, mas jamais, em tempo algum, para definir irredutivelmente o que é cultura e as relações econômicas que nela se alicerçam.

COMPREENDER A CULTURA

Em sua crítica aos limites do método comparativo na Antropologia, BOAS (2006) descreve como essa ciência atentou no final do século XIX para o fato de que com o crescimento das sociedades, características comuns entre essas poderiam ser observadas; isso, opondo-se a qualquer esquematização teórica capaz de explicar diferentes culturas³. É notável nos escritos do autor que a interação humana em diferentes sociedades não cabe numa função explicativa,

³ BOAS (2006) rememora que a antropologia é uma ciência de múltiplas origens, inicialmente interessada no *modus vivendi* dos habitantes de países estrangeiros, visando estabelecer um significado universal para os diferentes modos de vida. Os diferentes gêneros e cores daquilo que hoje consideramos como raça (única) humana já foram associados à cultura. O interesse pelo ser humano e seu modo de interagir, por ciências, como biologia, ciência política, economia, filosofia, história, psicologia e sociologia, citadas pelo autor, produziram abordagens desorientadas dos estudos culturais, segundo o mesmo, sendo necessário delimitar o estudo da humanidade.

tampouco em uma lei geral, já que tem de lidar com fatores como a intersubjetividade (processo singular e meramente comparável) e o impacto dos “estímulos externos” (*idem*, p. 53).

BOAS (2006) argumenta que quanto mais simples for o fato observado, mais provável é que esse seja consequência de diversas possíveis fontes, impossibilitando assim uma lei que rege a mente humana. Tomando tal afirmação como pressuposto para compreensão da dinâmica cultural, definir, delimitar e explicar o que é cultura, por si só, já é de uma enorme complexidade, decorrente dos inúmeros fatores que formam os aspectos culturais de cada sociedade: “Nossa experiência geral diz que as tentativas de desenvolver leis gerais de integração da cultura não produzem resultados significativos” (*idem*, p. 63), pois compreender aspectos culturais depende de análise da particularidade.

Como reforça MOLES (1974) há várias ‘culturas’ passíveis de serem descritas devido aos múltiplos aspectos culturais na sociedade, contudo, por mais diversos que sejam seus conceitos e suas definições, por cultura se entende um processo histórico-social de formação de princípios que são “incorporados à memória de cada um” de “elementos de significação ou de forma” e “origina-se [...] em parte através da educação, em parte através da impregnação” (*idem*, p. 20) que influenciam a maneira de pensar e de agir, molda gostos e preferências, capacita para apreciar o abstrato. Ressalta-se na delimitação pelo autor do vasto conceito de cultura a significação, processo chave para entendimento da economia da cultura, que, no transcorrer do presente artigo, estará presente e será reafirmado como fundamento e pilar para explanar a atividade econômica cultural, o consumo e a produção de bens e serviços culturais etc, que têm como denominador comum o simbolismo.

Se os aspectos universais devem ser explanados (sob o escopo antropológico) através de seus processos – os costumes e as crenças não devem ser o objetivo final da pesquisa, como argumenta BOAS (2006), mas, sim, os motivos que os estruturaram e os mantêm vivos. As estruturas econômica e social, a religião e a moral, as artes etc, todas devem ser investigadas como consequências do ambiente, das características biológicas e de eventos históricos. O princípio é a inexistência de uma universalidade ou mesmo de um fator genérico condicionante da cultura, não podendo pôr a sociedade no microscópio.

BOAS (1968; 2006) foi escolhido para o pontapé inicial da presente apreciação justamente pelo seu aspecto teórico relativista e sua valorização às particularidades histórico-culturais, sua grandiosidade ao refutar a linearidade cultural e o preceito de desenvolvimento universal. Colocou a cultura como fenômeno singular, a ser explorado na sua idiossincrasia, conseqüentemente, cada cultura de cada lugar tem aspectos a serem explorados pelos fatores históricos que assim a delinearam. Ainda que advogando pelos aspectos históricos como melhor maneira de observar o desenvolvimento cultural, BOAS (1968) não deixa de denotar que muitas das características culturais sequer têm registros históricos para embasarem estudos (*idem*, p. 251).

A falta da “perspectiva histórica” na tentativa de compreender a cultura, que, na sociedade moderna, muda seus feitiços mais aceleradamente do que nas sociedades primitivas, ao passo que, até mesmo as “características consideradas como quase absolutamente estáveis estão constantemente passando por mudanças” (*idem*, p. 253), impede os que querem entender cultura e seus fenômenos entrelaçados – no caso do presente estudo, a economia da cultura. Ainda que manifestações ocorram com semelhantes traços em diferentes sociedades, cada caso é um tópico a ser investigado e valorizado na sua peculiaridade, pois a priorização dos princípios característicos componentes dessas propriedades explicam a formação e a continuidade dos aspectos culturais que desaguam também em atividade econômica.

SIMBOLISMO DO CONSUMO EM UMA SOCIEDADE EM EBULIÇÃO

Em encontro com representantes de diversos segmentos sociais na base militar de *Camp David* em Thurmont, Maryland, Estados Unidos, Jimmy Carter ouviu críticas a seu governo, em especial, quanto a incapacidade do então líder estadunidense de representar a população. Diante de um cenário de incertezas alimentado pela inflação e corroborado pela crise no setor energético, em 15 de julho de 1979⁴ – Carter falou de problemas muito maiores do que administrativos e econômicos, irremediáveis quaisquer fossem os projetos de lei ou medidas administrativas tomadas; o Presidente falou de problemas sociais assentados na crise de confiança.

⁴ CARTER, Jimmy. **Energy and the National Goals - A Crisis of Confidence**. Disponível em: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jimmycartercrisisofconfidence.htm>. Acesso em: 04 abr. 2017.

Quase quarenta anos depois, a sociedade da segunda década do século XXI tem como muitas características as apontadas por Jimmy Carter, como transformação nos valores humanos, consumismo, crise de confiança, dentre tantos outros que emanam das transformações socioeconômicas abordadas antes ou depois do famoso pronunciamento do líder norte-americano por teóricos como KEYNES (1930), BELL (1977) e IANNI (1976;2003), que servem como embasamento dessa análise. Longe de críticas e pareceres do motivo do pronunciamento de Carter, do acúmulo do então Presidente que admitiu em cadeia nacional as dificuldades que enfrentava, motivado politicamente ou não, busca-se aqui as linhas que tão bem descreveram e anteviram os problemas sociais que se moldavam à época, com transformações que ainda estão em processamento.

Para CARTER (1979), ao passo que cada vez menos se falava “das esperanças de [...] nação, [...] sonhos e [...] visão do futuro”, os problemas sociais deixavam de ser puramente econômicos, conseqüentemente sequer os meios legislativos seriam capazes de “consertar [...] a América⁵”. A “crise de confiança” advinha do “crescimento da dúvida quanto ao significado” (*idem*, tradução própria) da vida. Os valores humanos anteriormente embasados na fé religiosa e na família, aos olhos do Presidente, mudavam para o consumismo, para o qual a autoidentificação migrava do que “o indivíduo faz, [para] [...] o que o indivíduo tem” como bem material: “Mas nós descobrimos que possuir coisas e consumir não satisfaz nosso anseio por sentido. Aprendemos que acumular bens materiais não preenche o vazio de nossas vidas que não têm confiança ou propósito (*idem*, tradução própria)”.

Na exposição *Economic Possibilities for our Grandchildren*, KEYNES (1930) abordou a temática do consumo diante da Crise de 1929, tangenciando a questão cultural na demanda. Em um período de incertezas, desde a Crise de 2008 quanto a capacidade de retomada do crescimento econômico mundial, essa leitura se torna de semelhante importância a qual teve na primeira metade do século XX, com o diferencial do conhecimento da economia da cultura muito mais profundo do que quando tratado como consumo secundário. Certamente a preocupação de KEYNES (1930) quanto a capacidade do crescimento econômico durante o século após sua conferência pode ser melhor explanada por economistas que tratem da história da economia mundial: contudo, a

preocupação do pensador inglês com o “desemprego tecnológico” (*idem*, p. 3) e a necessidade de descobrir novos meios de utilizar a força de trabalho, ainda no início da década de 1930, anteviram o fenômeno posteriormente estudado por BELL (1977) da sociedade pós-industrial.

Ainda que as escritas de IANNI (1976) estejam antiquadas para a segunda década do século XXI, seu empenho em pensar as transformações culturais locais pelo avanço do capitalismo financeiro internacional, ainda nas primeiras décadas da segunda metade do século XX, o tornam indispensável para compreender, mesmo com sua visão crítica do capitalismo, o modo como as fronteiras geográficas inexistem para a cultura. A visão imperialista da cultura adotada pelo próprio pensador brasileiro, denota que a reprodução material está entrelaçada com a cultural, não havendo uma sem a outra. Sua visão marxista da produção econômica e das relações culturais, que se expandem conjuntamente às relações sociopolíticas que caracterizam a economia, o qualificam por sua visão diferenciada da construção de um ideal de mercado cultural que vem a se desenvolver pela sobreposição dos princípios capitalistas na economia, avançando até o “amplo processo de comercialização de mercadorias culturais” (*idem*, p. 26).

IANNI (2003) leu a globalização como “ocidentalização do mundo” (*idem*, p. 71), imperando o liberalismo econômico e a mercantilização do imaterial, segundo o mesmo, atingindo até os desejos dos indivíduos, que se tornam comerciáveis: “inclusive signos, símbolos, emblemas, fetiches. Tudo se seculariza, instrumentaliza, desencanta” (*idem*, p. 73). Esse imperativo cultural não é capaz de destruir singularidades locais, que se ressignificam sob os novos aspectos. Perdendo ou não parte de suas originalidades, assumem outro semblante nesse complexo meio globalizado.

Uma das melhores perspectivas para compreender a economia da cultura é utilizar o conceito de “campo” de BOURDIEU (2002), que, segundo o intelectual francês, os ‘campos’ são espaços restritos, relativamente independentes e constituídos por uma hierarquia simbólica, pela qual indivíduos permanecem em confronto constante – seja para manutenção, seja para alteração da ordem das posições. Em um mesmo campo, há o compartilhamento de interesses comuns e, dada a sua parcial independência, esse interage com outros campos. No caso do campo cultural, para BOURDIEU (1996), esse é “relativamente autônomo ([...]

também [...] relativamente dependente, sobretudo perante o campo económico e o campo político)” (*idem*, p. 168).

A magnitude da teoria do “campo” permite analisar o mesmo além da sua própria constituição, que historicamente formada, antecede a quaisquer de seus componentes. A lógica do campo económico tangencia o campo cultural, havendo obviamente a oferta e a demanda por produtos e por bens culturais, todavia, como ressalta BOURDIEU (1996), nesse último se sobrepõe uma “lógica específica”, na qual o consumo da mercadoria tem uma significação – como anteriormente apontado por MOLES (1974), diferenciando o “valor propriamente simbólico e [...] [o] valor mercantil” (*idem*).

Da mesma forma, quando a idiossincrasia cultural permite que sejam gerados bens e serviços valorizados pelo seu significado, se tem uma linha de produção dedicada à interpretação, onde determinado bem não tem utilidade prática, talvez também não seja consumido materialmente, mas sim uma simbologia ou um significado que são sua razão para serem demandados (indústria cultural). (CENTENO, FALCETTA, 2015, p. 25)

Como apontado em CENTENO, FALCETTA (2015), dentro do ramo de produção em massa de bens e serviços culturais, essa se volta para uma demanda distinta de outros bens e serviços, longe do mero conceito de utilidade, mas em busca de “interpretação ou significado que seus artefatos ou serviços têm para quem os consome” (*idem*, p. 32). Essa interpretação está em sintonia com as escritas de BOURDIEU (1996) sobre a produção cultural, mais especificamente com o que o autor francês descreve como uma produção singular, particular e peculiar que não destoa de sua futura demanda, buscando mensurar o sucesso na propagação, no alastramento e no impacto gerado, e não apenas no lucro meramente contábil. Há, assim, uma conquista simbólica (reforçando princípio tão caro do simbolismo para o autor), tão importante quanto a pecuniária.

KEYNES (1930) fez afirmações que harmonizam com esses princípios. Ainda no mesmo pronunciamento, o autor discerne a acumulação monetária como valor social, princípio que descreve como “qualidade desagradável do ser humano” (*idem*, p. 5) ao ver o dinheiro como bem acumulativo e não como meio de se obter coisas que proporcionem melhor qualidade de vida. Para ele, os bens de “segunda classe”, que trazem sensações de “superioridade”, tinham, além do

valor meramente econômico, a dedicação do indivíduo em obter e desfrutar da própria não satisfação plena desses produtos.

Retomando a lógica do 'campo', se de um lado a observação e a apreciação estão abertas a todos, adentrar o campo da cultura e o impactar segue uma lógica extremamente oposta. Como bem exposto por BOURDIEU (1996), os “recém-chegados não podem deixar de *remeter continuamente para o passado*”⁶ (*idem*, p. 187), em um respeito às normas do jogo, quem penetra o meio cultural segue padrões, pois o *modus operandi* do campo da cultura é como o de qualquer campo, antecede até mesmo aqueles que estão em destaque no centro do campo. Inverter essa lógica, inovar e se tornar relevante requer galgar posições dentro do campo a ponto que possa ser considerado como um dos *players* que geram influência.

Há “posições do espaço hierarquizado do campo de produção” (*idem*, p. 189) que correspondem à manutenção da demanda por esse tipo de produto pelo *status* econômico. Como alertado anteriormente, os campos estão inter-relacionados e os grandes demandadores são o suporte da estabilidade do *status* cultural. Assim, BOURDIEU (1996) difere o domínio político-econômico da cultura – “a arte burguesa” – como em KEYNES (1930), do “princípio autônomo [...] a arte pela arte” (*idem*, p. 249). A produção cultural se dá em diferentes escalas, produzir bens e serviços dentro desse campo não é impedido a ninguém; o que os difere é a capacidade de impacto no meio, o reconhecimento e conseqüentemente a rentabilidade.

ABORDAGENS INICIAIS DE ECONOMIA DA CULTURA COMO FRUTO DA GLOBALIZAÇÃO

I. ECONOMIA DA CULTURA COMO FRUTO DA GLOBALIZAÇÃO

A abordagem da cultura na economia, inicialmente, deu-se pelo aspecto da cultura da atividade econômica (vinda de um período marcado pelo fim da Guerra Fria, que sucede a derrocada da indústria e a majoração do setor terciário) e não de uma economia da cultura. Como apontado por DE MASI (1999), eventos que ocorrem após a Segunda Guerra Mundial trazem consigo “modelos de vida [...], valores e culturas centradas no lazer” (*idem*, p. 48). Para o sociólogo italiano, esses são os pontos de partida para que o conhecimento e

a pesquisa passem a assumir um papel cada vez mais relevante na sociedade, em sintonia com essa inflexão nos padrões de vida do indivíduo.

Como apontado por IANNI (2003), a globalização é um fenômeno que levou a um processo de reflexão sobre conceitos por parte das Ciências Sociais, em que os construtos de segundo grau foram redefinidos diante da transformação na visão de questões como o próprio indivíduo e a sociedade que se modificaram dentro dos construtos de primeiro grau. A nova visão de sujeito social, pós-moderno engendra um processo de estudo do impacto da cultura, que semelhantemente aos que dela usufruem, incorpora novos valores que transitam por entre barreiras sociopolíticas.

Em poucos anos, terminou um ciclo da história e começou outro. Muitas coisas estão mudando no mundo, abrindo outras perspectivas, econômicas, políticas e culturais. Mesmo as coisas que não sofreram maiores abalos já não podem mais ser como antes. Alteraram-se as suas relações no jogo das forças em curso na vida das sociedades nacionais e da sociedade mundial (IANNI, 2003, p. 24-25).

Para o autor, a sociedade global é fruto das movimentações históricas que desencadeiam também transformações sociais. Valendo-se de semelhante premissa, há espaço para uma atualização mais do que necessária de descrições de construções sociais que são constantemente impactadas pelas mudanças moldadas pelos conjuntos políticos e sociais. As transações comerciais e financeiras, com o fluxo mundial de capitais e outros fatores de produção, as multinacionais etc podem ser analisadas por múltiplas ópticas (que vão desde o neoimperialismo ao neoliberalismo), mas não podem deixar de denotar as transformações culturais por essas geradas.

O autor peca por descrever o avanço da cultura na economia meramente como o modo 'cultural' de produção, como se a *expertise* econômico-produtiva englobasse a economia da cultura, a confundindo com cultura da economia. Esses traços ficam mais elucidados pelo próprio, nos quais aponta o modo de "produção intelectual" e a "ideologia da classe dominante" (*idem*, p. 14) como resultados da expansão do capitalismo. Logo, sua preocupação central está em descrever o conflito entre o capitalismo e o socialismo (este último em derrocada) no qual a imposição cultural produtiva e imaterial que o mundo veio a conhecer entre as décadas de 1990 e 2000 ainda estava longe de ser uma realidade.

Assim, na ideia de que o capitalismo é um modo de produção material e espiritual se contém a ideia de indústria cultural. A indústria cultural do capitalismo começa quando a produção cultural se organiza diretamente para possibilitar a reposição das relações capitalistas de produção de forma continuada. [...] As ideias, as noções, os valores, os princípios e as doutrinas que codificam a visão burguesa do mundo passam a ser produzidos e multiplicados, em escala industrial e mundial, para atender as exigências da reprodução ampliada do capital. (IANNI, 1976, p. 26).

Um dos princípios mais preciosos de sua literatura de BOAS (1968) é sua atenção para a difusão cultural-produtiva, em especial de seus relatos de cultivo de matérias-primas e de produção de manufaturas, bem como a expansão religiosa. O antropólogo germano-americano e o sociólogo brasileiro IANNI (1976; 2003) apresentam questões semelhantes ainda que em diferentes teores, sendo que a difusão cultural em BOAS (1968) certamente não era vista como um movimento imperialista como para o segundo, o que faz com que, mesmo utilizando uma perspectiva socioantropológica, o primeiro demonstre a propagação de semblantes da atividade produtiva econômica também como uma expressão da difusão cultural.

Não por acaso o autor critica os economistas que atribuem as “condições econômicas [o] controle [as] formas culturais”, sem desconhecer a correlação entre a economia e a cultura, refuta a tentativa de compreender as formas culturais através de princípios meramente econômicos, propondo que a “economia e o resto da cultura interagem como causa e efeito, como efeito e causa” (*idem*, p. 256). Em um princípio que posteriormente foi melhor explorado por BOURDIEU (1996), BOAS (1968) descreve que o *status* econômico não é a origem de onde derivam as diversas manifestações culturais, pois reforça que nada de uno existe como fator cultural.

II. ECONOMIA DA CULTURA, SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL E PÓS-MODERNIDADE

Em *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*, BELL (1977) descreve as transformações socioculturais consequentes das mudanças no perfil do crescimento econômico, que migra de uma economia baseada na produção industrial para a ascensão estruturada pelo setor de serviços. O sociólogo marxista estadunidense se preocupa em apresentar o surgimento da nova classe trabalhadora inserida no mercado de trabalho dos países desenvolvidos, fenômeno que prevê como iminente para os demais países que adentrassem o

ciclo de desenvolvimento, tornando-o figura central no debate do pós-industrialismo.

Seu prognóstico estava embasado nas mudanças sociais que, como bom sociólogo, compreendia como constantes e intermináveis capazes de assumir distintos caminhos por mínimos fatores: isso reforça o protagonismo de BELL (1977) que, em uma reflexão pautada pelas metamorfoses do perfil social do trabalho, diagnosticou o ganho de relevância da inteligência humana como capital e como matriz da nova atividade econômica. O trabalho fundamentado na força bruta das sociedades agrárias cedeu lugar ao trabalho mecanizado da sociedade industrial, na qual a mão de obra e o capital dividem o papel principal como fatores produtivos; na sociedade pós-industrial, os trabalhadores estão inseridos em um contexto de autovalorização por serem protagonistas únicos, onde o principal aspecto de sua ‘força’ de trabalho é o intelecto.

A atividade econômica, com base na informação, e a valorização dos trabalhadores intelectuais não foram exclusividade do pensamento de BELL (1977). MASUDA (1982), escritor japonês e teórico da sociedade informativa, apesar de estar focado na transformação da atividade econômica industrial com a priorização da informação – tratada pelo próprio como ‘bem’ de extremo valor para a nova atividade econômica -, anteviu na produção de informação com valor econômico sua equiparação a outros bens negociáveis economicamente, fundamentais para as mais diversas atividades produtivas.

Mas, a falha do escritor japonês (que se deve muito em parte a euforia do mesmo diante do crescimento da microeletrônica em seu país, que não se estendeu para o resto do mundo em semelhantes proporções) também não retira seu valor de análise e reconhecimento de sua capacidade perspectiva. Comparativamente a BELL (1977), dá à atividade de setores de inteligência e mais precisamente à informação relevância e maior profundidade em sua teoria, ao considerar o que de fato é uma constante nos primórdios do século XXI, a produção de informações com maior importância que o próprio setor de serviços.

Profissionais da pesquisa, técnicos em estudos prospectivos, escritores e romancistas, pesquisadores de opinião, especialistas em *software*, dentre outros, foram exemplos citados pelo autor [Masuda] de profissionais do setor quaternário. Após a consolidação das indústrias da informação, vivenciar-se-ia a informatização da indústria,

onde se produziria equipamentos com características de “bens de capital” da informação. (CENTENO, FALCETTA, 2015, p. 15)

Uma das bases da teoria da pós-modernidade e certamente a de maior implicância na presente análise, em consonância também a sociedade pós-industrial, é o modo como desestrutura a compreensão de realidade baseada no físico material e transfere esse entendimento para o sentido do indivíduo em suas relações intersubjetivas. HARVEY (2002) melhor sintetiza a pós-modernidade, centrado na avaliação histórica social e política da transformação de ideais e de valores do indivíduo, bem como esses mudam os processos sociais que emanam de “práticas sociais, econômicas e políticas da sociedade” e, por assim ser, “apresenta-se com aparências bem variadas” (*idem*, p. 109). Logo, através da pós-modernidade, múltiplos fatores e diversos saberes se entrelaçam, diminuindo a perspectiva universalizante (abrindo espaço para compreender uma economia do setor cultural), no que se opõe “a todas as formas de metanarrativa”, estendendo seu olhar a “outros mundos”, a “outras vozes” que dispõe de “sua história própria” (*idem*, p. 47), valorizando sua “aceitação do efêmero, do fragmentário” (*idem*, p. 49).

Para LYOTARD (2002), a pós-modernidade começa quando “a ciência entra em conflito com os relatos” (*idem*, p. XVI) diante da “incredulidade em relação aos metarrelatos” (*idem*, p. XVI), pois o conhecimento e a cultura mudam com o fenômeno da economia pós-industrial, indo ao encontro com BELL (1977) quanto ao papel da inteligência humana na economia: o “saber é e será produzido para ser vendido [...] consumido para ser valorizado numa nova produção. [...] principal força de produção” (LYOTARD, 2002, p. 05) com capacidade de discernir nações desenvolvidas e subdesenvolvidas assim como a própria industrialização outrora as discerniu.

A dominância na sociedade pós-industrial migra do capital para o conhecimento e a informação. Lyotard (1979), francês e um dos mais importantes filósofos a refletir sobre a pós-modernidade, conceito sociológico que busca discutir o capitalismo após a queda do Muro de Berlim e a derrocada da União Soviética, explicitou que o saber torna-se uma mercadoria da era pós-moderna. Diante do colapso das ideologias políticas e socioeconômicas com o fim da Guerra Fria, conhecimento e informação passaram a ser demandados, “produzidos” e ofertados, os quais são indispensáveis à capacidade produtiva e fundamentais na competição mundial pelo poder. A ciência é potencializada e estimuladora da atividade econômica, o que para Lyotard (1979), faz com que a mesma tenha seu valor de uso

sobressaído pelo seu valor de troca. Logo o filósofo francês alerta para o potencial de o domínio da informação e do conhecimento tornarem-se a mais nova fonte de injustiças e disparidades, pelo modo que têm sido armazenados e distribuídos. (CENTENO, FALCETTA, 2015, p. 14-15)

Porém, como alerta HARVEY (2002), ao mesmo ponto que a pós-modernidade valoriza as “novas possibilidades da informação e da produção, análise e transferência do conhecimento”, há a possibilidade desse conhecimento “ser codificado de todas as maneiras, algumas das quais mais acessíveis que outras” (*idem*, p. 53), ou seja, que cultura e conhecimento, valendo-se da noção de BELL (1977) – como novas formas de capital, se elitizam e exerçam segregação pelo viés econômico (quando um bem ou serviço cultural fica acessível pelo seu valor de mercado a um pequeno segmento social).

Intrincar os pensamentos de BELL (1977) e HARVEY (2002) requer, contudo, fazer um alerta, não apenas pela disparidade de suas teorias, mas pelo modo como o segundo classifica BELL (1977) como neoconservador tradicional, que lamenta o “colapso dos valores burgueses” (HARVEY, 2002, p. 109). Por certo, é necessário sem qualquer julgamento ou priorização de um ou de outro desses teóricos, apontar que ambos descrevem de distintas maneiras fenômenos de transformações sociais. Compreende-se que a crítica enfática de HARVEY (2002) se dá pelo modo como BELL (1977) centra sua análise no aspecto econômico e na ascensão de um novo perfil da classe trabalhadora sem tangenciar os aspectos culturais que são de significativa contribuição nessa própria inflexão econômica.

GIDDENS (1991) melhor retrata essa distinção, para o qual, por mais que “a ideia de sociedade pós-industrial, como desenvolvida por Daniel Bell, pelo menos, seja bem explicada” (*idem*, p. 51), a própria ideia de pós-modernidade é um conceito em processo de definição que, antes de tudo, não pode ser confundido com pós-modernismo. Para GIDDENS (1991), “pós-modernismo, se é que significa alguma coisa”, estaria ligado a “reflexão estética sobre a natureza da modernidade”, “estilos ou movimentos no interior da literatura, artes plásticas e arquitetura”, um mero aspecto dentro da dita pós-modernidade, uma profunda reflexão que “se refere a algo diferente [...] a trajetória do desenvolvimento social [...] rumo a um novo e diferente tipo de ordem social”, no que reforça a narrativa de BELL (1977), HARVEY (2002) e LYOTARD (2002) de que “os fundamentos

preexistentes da epistemologia se revelaram sem credibilidade” (*idem*, p. 52). Tudo isso oriundo de um crítico do próprio conceito de pós-modernidade, que buscou desqualificar o que designou como um melhor entendimento da própria modernidade “ao invés da superação da modernidade enquanto tal” (*idem*, p. 54).

Em ocasiões, novas concepções de produtos ou de serviços também requerem que “os capitalistas a[s] explorem [...] obrigados a redobrar seus esforços para criar novas necessidades nos outros”. Leia-se aticar o desejo da demanda do indivíduo por produtos que não são de primeira ordem e podem ser tratados até mesmo como supérfluos, “ênfatizando o cultivo de apetites imaginários e o papel da fantasia, do capricho e do impulso” (HARVEY, 2002, p. 103).

Esse analisa “os muitos desenvolvimentos da arena do consumo” tão quão volátil, que massificaram a demanda “da moda [...] não somente em termos de roupas [...], mas também em uma ampla gama de estilo de vida e atividades de recreação”, bem como de “consumo de serviços [...] não apenas pessoais [...] como também de diversão, de espetáculos, de eventos e de distrações”. O geógrafo marxista não aborda essa como demanda cultural, mas cultura do consumo em resposta a “aceleração generalizada dos tempos de giro do capital”, contrapartida dos investimentos em “serviços bastante efêmeros” visando lucratividade (*idem*, p. 258), na “indústria da produção de imagens [...] em que reputações são feitas e perdidas da noite para o dia, em que o grande capital fala sem rodeios e há um fermento de criatividade intensa” (*idem*, p. 262).

IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar os princípios observados pelo Presidente Carter de “fragmentação e auto interesse” requerem uma abordagem de transformação de valores sociais que, altamente influenciáveis pela cultura, como apontado por IANNI (1976; 2003), também se transformaram no período da globalização; todavia, a analogia utilizada por CARTER (1979) do consumismo, que substitui princípios e valores sociais e humanos, é um excelente embasamento para buscar compreender a ascensão do consumo de bens e de serviços culturais, justamente pelo diferencial desse tipo de consumo, que visa justamente obter sentido, sentimento, interpretação, ligação e envolvimento. Longe do debate

puramente ético e moral da substituição da intersubjetividade entre indivíduos, pela relação humano e material, indivíduo e consumo, o aumento da demanda cultural, querendo ou não suprir alguma deficiência moral ou sentimental, longe de ser plenamente compreendida, advém da transformação das relações sociais transpostas pelas mutações socioeconômicas do final do século XX e do início do século XXI.

A fala de CARTER (1979) não é uma expressão irredutível e incorrigível da realidade. Seu pronunciamento não foge do interesse político, é esperado por uma figura política de sua envergadura, o então Presidente da Nação mais poderosa do mundo. Essa é de fato uma expressão da visão de Sua Excelência dos fatos por ele observados, que vão ao encontro com as abordagens analítico-sociais de BELL (1977), MASUDA (1982), IANNI (1976; 2003), dentre outros – a sociedade em transformação a pleno vapor, fato em continuidade constante.

A produção cultural segue um regramento que destoa da economia clássica, não assentada puramente na oferta e na demanda, seu valor é imensurável, sua utilidade está no intangível, é a expressão de seu ofertante e de seu produtor (e um campo de incertezas, dadas as múltiplas interpretações de quem esses bens e serviços podem ter). A apreciação cultural de fato difere entre indivíduos a partir da formação cultural e da inserção no meio. Um dos maiores benefícios que a atividade cultural proporciona é que, indiferente de renda, de características sociais, de localização geográfica e etc, o desfrute da cultura é aberto a todos.

Não por acaso há o empenho do Estado em proporcionar museus, encontros, eventos públicos, coletivos e a céu aberto... A cultura é uma questão de entrosamento com o campo. Indiscutivelmente, sabe-se que há uma tendência de que indivíduos que não tenham experimentado a satisfação pessoal de bens de primeira ordem tenham maiores dificuldades de chegar a desfrutar desse meio. Todavia, isso é um obstáculo e não, uma barreira. A cultura está no todo e, como se pretende aqui mensurar, o valor simbólico é capaz de gerar emprego e de atender a uma das preocupações centrais de economistas clássicos, como previamente exposto no pronunciamento de Keynes na década de 1930.

Estudar economia da cultura é analisar os aspectos que, além de manterem vivas e constantes formas de apreciação, de costumes e de tradições,

também os levam a serem comercializados, ativando demanda pelo desfrutar simbólico e significativo. Seu estudo não deve almejar apenas apresentar números referentes à empregabilidade ou às relações de trocas do ramo cultural, mas seguir atualizando esse novo fenômeno, cujo campo de estudo está ainda em delimitação, enfrentando as dificuldades do seu escopo teórico e de mensuração da atividade. Não se pode tentar entender economia da cultura sem antes entender cultura e seus fenômenos, assim como o simbolismo do consumo.

REFERÊNCIAS

BOAS, Franz. **Antropologia Cultural**: Textos selecionados, org. Celso Castro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 3ª ed., 2006.

BOAS, Franz. **Race, language and culture**. Nova Iorque: The Free Press, 2ª edição, 1968.

BELL, Daniel. **O advento da sociedade pós-industrial**: uma tentativa de previsão social. São Paulo: Cultrix, 1977.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**: Gênese e estrutura do campo literário. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Bertrand Brasil: Rio de Janeiro, 5ª edição, 2002.

CENTENO, Alison Ribeiro; FALCETTA, Flávio Paim. **Economia Criativa e Indústrias Culturais**: Histórico e propriedades. Revista da Graduação, v. 8, n. 2, 2015. Acesso em: 28 mar. 2017. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/22130>

CARTER, Jimmy. **Energy and the National Goals - A Crisis of Confidence**. Disponível em: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jimmycartercrisisofconfidence.htm>. Acesso em: 04 abr. 2017.

DE MASI, Domenico. **A sociedade pós-industrial**. São Paulo: Editora SENAC, 2ª edição, 1999.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 11ª edição, 2002.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 11ª edição, 2003.

IANNI, Octavio. **Imperialismo e cultura**. Petrópolis: Editora Vozes, 1976.

KEYNES, John Maynard. **Economic possibilities for our grandchildren**. In: Essays in persuasion. Palgrave Macmillan UK, 2010. p. 321-332. Acesso em: 31 mar. 2017. Disponível em: <http://www.econ.yale.edu/smith/econ116a/keynes1.pdf>

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 7ª edição, 2002.

MASUDA, Yoneji. **A Sociedade da Informação como sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: Editora, Rio, 1982.

MOLES, Abraham A. **Sociodinâmica da Cultura**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.