

## **Economia criativa, patrimônio e diversidade: o Paço do Frevo e o neoconservadorismo nas políticas culturais**

**Glauber Guedes Ferreira de Lima**

Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, GO, Brasil

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5332-6731>

E-mail: [delimaglauber@gmail.com](mailto:delimaglauber@gmail.com)

**Hugo Menezes Neto**

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0902-9649>

E-mail: [hugomenezes@hotmail.com](mailto:hugomenezes@hotmail.com)

**Resumo:** Este artigo propõe uma crítica à concepção de política cultural baseada na economia criativa e na conveniência da cultura em vigor no contexto brasileiro, analisando o caso do equipamento cultural Paço do Frevo, da cidade do Recife (Pernambuco / Brasil). Amparados por autores como Toby Miller e George Yúdice, entendemos que equipamentos culturais como esses funcionam como instrumentos para o manejo da diversidade e da cultura popular com vistas à produção de sentidos sobre espaços urbanos e de controle dos seus conteúdos simbólicos, canalizando-os para possibilidades turísticas e mercadológicas. Três aspectos serão explorados: o debate sobre criatividade e políticas culturais no Brasil; a participação do BNDES na operacionalização dessas políticas; e a discussão dos limites da política cultural que articulou desenvolvimento, patrimônio, criatividade e revitalização urbana no Hipercentro do Recife.

**Palavras-chave:** Políticas culturais; Economia criativa; Criatividade; Paço do Frevo.

### **Creative economy, patrimony and diversity: Paço do Frevo and neoconservatism in cultural politics**

**Abstract:** This article presents a critic about the cultural policy based on creative economy and the current expedience of culture in the Brazilian context. It considers the case of the museum “Paço do Frevo”, from the city of Recife (Pernambuco / Brazil). We understand, supported by authors such as Toby Miller and George Yúdice, that some cultural institutions can work as instruments for the management of diversity and popular culture with the purpose of producing meanings to urban spaces. This operation consists of controlling and canalizing symbolic content in favour of tourism and other marketing initiatives. In this sense, three questions will be discussed in this critic: the debate about creativity and cultural policies in Brazil; the BNDES participation in the operationalization of these politics; and the discussion of the limits of a cultural policy that articulated development, patrimony, creativity and urban revitalization in the hypercentre of Recife.

**Keywords:** Cultural politics; Creative economy; Creativity; Paço do Frevo.

**Texto recebido em: 30/03/2018**

**Texto aprovado em: 22/04/2019**

A política cultural é agenciada e regulada por meio de suportes institucionais, numa operação muito mais burocrática do que orgânica ou criativa (MILLER; YÚDICE, 2002). Essa concepção de política cultural está na base da reflexão aqui construída sobre a gênese de um desses suportes: o Paço do Frevo, na cidade do Recife (Pernambuco / Brasil). Um equipamento cultural concebido na articulação entre cultura, desenvolvimento e economia criativa, concretizado a partir da regulação de um antigo desejo - reativado e redimensionado pelos atuais processos de patrimonialização e mercantilização do patrimônio – de memória, preservação e uso de uma das mais representativas manifestações da cultura popular carnavalesca do estado de Pernambuco, o frevo. Partimos do princípio de que esse equipamento funciona como instrumento de uma política cultural interessada no manejo da diversidade e da cultura popular para fins de produção de sentidos especiais sobre espaços urbanos e de controle dos conteúdos simbólicos dos emblemas da cultura local, canalizando-os para possibilidades turísticas e mercadológicas.

No contexto atual, no qual a noção de cultura está determinada a partir de sua conveniência (YÚDICE, 2006)<sup>1</sup>, a sua potencialidade para conferir legitimidade a projetos políticos é certamente o aspecto mais potente em favor de sua instrumentalização. Compreender a dinâmica com a qual essas políticas operam, então, é produzir uma análise que conceda centralidade aos dispositivos<sup>2</sup> disciplinadores das manifestações culturais responsáveis por inseri-las numa ordem de sentido específica, ideologicamente comprometida e burocraticamente regulada. Para tanto, é importante entender as políticas culturais como expediente de governamentalidade<sup>3</sup>, ferramenta à serviço do controle e da normalização de corpos e subjetividades, focada em um dado projeto de cidadania e estado sem interesse na transformação social; e ao mesmo tempo entender o aparelho burocrático como produtor de sentido e não como uma instância pré-discursiva e neutra.

Este trabalho, portanto, está ancorado, sobremaneira, nas ideias de Toby Miller e George Yúdice, que oferecem uma potente crítica ao axioma que associa cultura e formação, muito acionado pelos museus e equipamentos culturais, enquanto um imperativo em favor do aprimoramento do indivíduo/sujeito (crítica erigida por meio da análise de questões como gosto, critérios para financiamento, incompletude ética<sup>4</sup>, projetos de identidade, entre outras). Suas reflexões, de modo geral, indicam que a referida associação deveria ter a transformação social (ao invés

do fortalecimento da ordem) como objetivo central, e os movimentos sociais (ao invés do estado) como interlocução prioritária.

Por conseguinte, a crítica aqui produzida sobre a política cultural desinteressa-se pela sua percepção enquanto esfera funcional na qual operam estavelmente os suportes de práticas culturais, cabendo à reflexão apenas produzir estratégias que a modernizem. Em razão disso, são nossos pontos de partida muito mais questões de teoria crítica e política do que compromissos com efetividade, eficiência e descrição das dinâmicas da cultura. São nossos pontos de chegada a própria crítica desestabilizadora dessa dinâmica ao invés de sua celebração e aprimoramento. Nessa direção, modelos que articulam economia, cultura e política em meio à política cultural, e que se apresentam enquanto atenuantes das desigualdades produzidas pelo capital – tal qual a economia criativa – são aqui considerados sob o interesse de verificar a validade de suas proposições, ao invés de meramente considerá-los parte inequívoca do pretense desejo por uma política cultural mais distributiva e democrática<sup>5</sup>.

Tal escolha tem por objetivo colaborar com a agenda crítica dos estudos de políticas culturais no Brasil. A referida filiação teórica aos estudos culturais e seu respectivo anseio por uma crítica da ordem hegemônica (em detrimento de seu fortalecimento) são os elementos que distinguem esta alternativa perante o conjunto majoritário de reflexões apresentadas na literatura brasileira sobre as políticas culturais.

Para tanto, três aspectos serão apresentados. O primeiro deles é o debate que envolve criatividade e políticas culturais no Brasil, por ser a criatividade concepção fundamental ao manejo das políticas culturais brasileiras na atualidade e, em especial, ao caso em questão. O segundo é a contextualização da participação na dinâmica da cultura de um dos mais importantes – em termos econômicos e simbólicos – financiadores de projetos culturais no Brasil, o Banco Nacional de Desenvolvimento - BNDES. Por fim, o terceiro, que consiste em discutir os limites da política cultural que articulou desenvolvimento, patrimônio, criatividade e revitalização urbana na cidade do Recife envolvendo, como exemplo paradigmático, o equipamento cultural Paço do Frevo.

**Criatividade: o novo conservadorismo nas políticas culturais**

No contexto atual, os debates em torno da criatividade têm emergido com grande vigor em meio às políticas culturais brasileiras que pretensamente buscam promover desenvolvimento econômico e melhoria social por meio de empreendimentos / performances econômicas criativas.

A ideia de criatividade, no entanto, é marcada pela sua imprecisão, tendo em vista a dificuldade em demarcar as diferenças em relação a outros setores produtivos (FLEW; CUNNINGHAM, 2010). Consequentemente, o próprio sentido de uma política cultural articulada com a criatividade é diferente nos diversos países que a adotaram, moldada a partir de uma agenda de desenvolvimento inerente e conveniente a cada local (THROSBY, 2008).

Para Toby Miller (2003; 2007), as indústrias criativas ascenderam e conquistaram prestígio como uma tentativa de relacionar (e colocar a serviço) as humanidades à indústria, processo construído a partir de uma argumentação muito mais retórica e ideológica (de natureza neoliberal) do que da comprovação de sua efetividade enquanto modelo de desenvolvimento. Com o apoio de grandes instituições transnacionais (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD e UNESCO) e o suporte massivo em termos de financiamento para pesquisa em indústrias criativas por parte de alguns governos (como o do UK e o da Austrália), muitos intelectuais se sentiram seduzidos pela proximidade com o poder em torno dessa agenda, das facilidades de financiamento, assim como atraídos por um tipo duvidoso de prestígio.

Em meio à difusão realizada por instituições transnacionais e o sucesso do best-seller de Richard Florida (2001), a criatividade chegou ao Brasil entre o final dos anos noventa e meados da primeira década do século XXI, com amparo do Estado e de instituições que pensam estrategicamente a estrutura produtiva do país. Não coincidentemente (em razão do potencial do patrimônio cultural enquanto insumo intangível), foi criada no Ministério da Cultura a Secretaria de Economia Criativa, que funcionou impulsionando a formulação, implementação e monitoramento de iniciativas enquadradas no escopo / conceito de “criativas”, e teve por objetivo maior transformar-se na pasta responsável por posicionar a cultura enquanto eixo estratégico do desenvolvimento do estado brasileiro, conforme consta no “Plano de Políticas, Diretrizes e Ações” da Secretaria da Economia Criativa (2011).

No Brasil, existe um entendimento quase unívoco acerca da criatividade no campo de pesquisa das políticas culturais no país, que a liga a uma performance econômica singular e nova, potente em produzir desenvolvimento em tons mais democráticos e compromissados com a diversidade. A crítica, ainda a ser burilada pelo referido campo, deve está na omissão dos aspectos de sua natureza conservadora e de sua sofisticada capacidade de produzir os mesmos problemas com os quais as performances econômicas usuais estão familiarizadas; também deve atentar para a naturalização da criatividade enquanto um modelo positivo para o bem-estar social, materializada no imperativo de sua adoção como política de estado.

O movimento político-econômico brasileiro de transformar a criatividade em política pública se espelha na experiência britânica (REIS et alii, 2008), que deveria ser adaptada às especificidades locais. Embora sejam frequentes as menções a entraves ao implemento do discurso criativo, é sobre a habilidade gerencial do estado em efetivar esse modelo / conceito de reordenação de prioridades que reside, aos olhos dos entusiastas da economia criativa, o grande desafio. Seu fracasso, portanto, será, tão somente, ocasionado pela incapacidade dos agentes envolvidos em articular e gerir os esforços necessários, não um fracasso do modelo em si.

Por outro lado, a fragilidade conceitual da criatividade (FLEW; CUNNINGHAM, 2010; MIGUEZ, 2007), assim como a inconsistência dos dados estatísticos sobre os aspectos da performance econômica, os resultados, de suas iniciativas (REIS et alii, 2008; LEITÃO, 2015), implicam em uma inevitável dificuldade em aferir coerentemente seus efeitos. Contudo, ao mesmo tempo em que tais problemas estruturais são admitidos o valor da criatividade, enquanto modelo de desenvolvimento, é paradoxalmente reafirmado.

A dificuldade em definir, avaliar e mensurar a criatividade, menos do que um problema, torna-se uma característica conveniente a um modelo de desenvolvimento que precisa aparentar a superação de contradições inerentes à divisão do trabalho e, concomitantemente, produzir condições de expandir a produtividade e a lucratividade dos agentes econômicos de sempre. Por meio dessa contingência, a retórica da criatividade consegue argumentar em favor de suas potencialidades selecionando convenientemente as performances econômicas que lhe agregam dados positivos (com destaque aos impactos turísticos e

mercadológicos), e atribuindo seu sucesso a formas exemplares de organização de trabalho, estratégias de requalificação urbana e modelos de negócio<sup>6</sup>.

São notórios os esforços, nacionais e internacionais, de reordenação de ideias para a construção de um ambiente favorável ao desenvolvimento do modelo / conceito de economia criativa. Esse processo se efetiva especialmente por meio de instituições como a UNCTAD, o British Council, e o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID nos últimos anos. No pensamento brasileiro sobre criatividade, predomina o entendimento, em absoluta sintonia com as orientações dessas agências, da necessidade basilar e urgente de uma reestruturação educacional que colonize a mentalidade dos indivíduos dentro da lógica do empreendedorismo criativo<sup>7</sup>, além do reforço ao seu sentido progressista, inclusivo e compromissado em superar as críticas (ALVES, 2012)<sup>8</sup>.

Nesses esforços retóricos destacamos ainda a filiação entre as ideias de Celso Furtado e o projeto de economia criativa das políticas públicas no Brasil. Como presente nas manifestações de Cláudia Leitão, primeira secretária de economia criativa do Brasil, e nos documentos oficiais do próprio governo brasileiro. Nesses termos, a economia criativa é um modelo de desenvolvimento incluyente e sustentável, fundado em harmonia com princípios de diversidade cultural, inclusão social, sustentabilidade e inovação; passível de produzir uma necessária redistribuição de renda, assim como promover a qualidade de vida, o acesso a bens culturais e produtos, o protagonismo e a cidadania dos brasileiros, por meio de estratégias que reconciliam interesses nacionais com processos internacionais globais (LEITÃO, 2015).

Porém, há diferenças estruturais entre o que Celso Furtado disse sobre criatividade e as performances econômicas tidas por criativas no Brasil. Em seu trabalho sobre criatividade e dependência da civilização industrial, Furtado argumenta em favor da desnaturalização da criatividade enquanto uma ferramenta a serviço da acumulação. Ao perceber como a racionalidade instrumental historicamente subordinou e estruturou todas as formas de produção criativa, ele entende terem os meios de acumulação se tornado fins, assim como também aponta para a primazia da técnica (enquanto processo de transformação da natureza) como expediente em favor do aumento da eficiência do trabalho humano e da diversificação do consumo. A criação que o interessa como alternativa só ocorrerá a partir da atividade política como seu insumo principal, compromissada com a redução das tensões geradas pela acumulação e capaz de produzir

subjetivamente outras possibilidades para além dos horizontes delimitados pela racionalidade instrumental (FURTADO, 1978)<sup>9</sup>. Como consequência, o modelo de desenvolvimento que emerge do seu ceticismo para com a articulação desenvolvimento / progresso tem a sua centralidade na politização com fins da libertação subjetiva; projeto esse, em certa medida, em sintonia com o que Paulo Freire preconizou por meio de seu modelo de desenvolvimento como prática de liberdade, fundado na emancipação, cuja práxis educativa é sua ferramenta central<sup>10</sup>.

Em Celso Furtado, a cultura já existente não há de ser o insumo do desenvolvimento (o desenvolvimento que realmente lhe interessa). A relação entre cultura, desenvolvimento e criatividade, para ele, tem a ver com novas formas sociais que rompem com o mimetismo ideológico, produzidas a partir de uma intensa politização da vida. Não é difícil, então, apreender a existência de um imenso hiato entre as manifestações que performam o que se convencionou chamar de economia criativa no Brasil e a formulação de Celso Furtado.

Chamamos atenção ainda para a tentativa de construir uma aparência salvacionista (frente à desigualdade socioeconômica brasileira) e progressista para a ideia / modelo de criatividade. Como efeito dessa simbiose, emergem processos de revitalização de cidades brasileiras pautados no turismo, na mercantilização de práticas e saberes culturais, inclusão de novos agentes na economia formal, relações de trabalho flexíveis, entre outros efeitos atraentes à agenda daqueles que precisam potencializar seus ganhos sem produzir instabilidade na ordem social. Diante disso, não é de se surpreender que grandes corporações de mídia, bancos, agências de desenvolvimento, instituições transnacionais e internacionais representantes dos interesses dos países mais ricos, federações de indústrias e demais protagonistas do poder hegemônico dediquem grande interesse à agenda da criatividade enquanto modelo econômico, assim como impetram esforços no sentido de disseminá-la.

O Banco Nacional de Desenvolvimento – BNDES tem se configurado como um dos agentes da economia da cultura que melhor espelha essa agenda baseada na relação entre desenvolvimento, cultura e criatividade. Sua atuação junto às políticas culturais no Brasil - em razão do volume de recursos, do papel estratégico para o Estado, e da centralidade que dá à economia criativa - é a mais importante peça no modelo de política cultural que está em vigência da atualidade no Brasil.

**Políticas culturais e dispositivos: o patrimônio e a diversidade enquanto recursos**

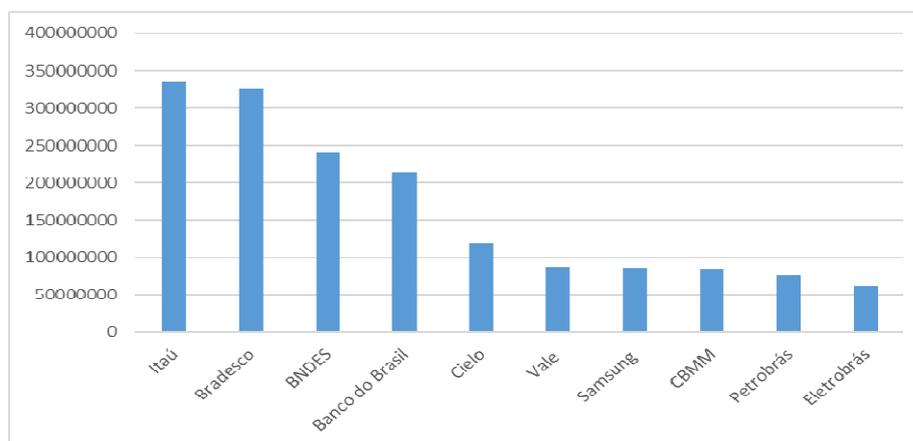
O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES foi criado na década de 1950. Ao longo desses anos, adaptou suas políticas às constantes transformações nas concepções de desenvolvimento a serviço da estruturação do setor produtivo do país e formulou seus entendimentos sobre a categoria cultura de acordo com o que, politicamente, julgou conveniente para o setor produtivo, sofisticando suas estratégias de comodificá-la.

A partir dos anos de 1990 o Banco participa significativamente do setor cultural, com patrocínios a projetos por meio das leis brasileiras de incentivo à cultura. Essa política mudou em 2006, quando passa a entender a economia da cultura como setor estratégico para o desenvolvimento nacional tal qual outros setores. Isso significou o desenvolvimento de ferramentas de financiamento mais sofisticadas / eficazes, assim como o foco no fortalecimento da cadeia produtiva da cultura (GORGULHO et alii, 2009).

O BNDES possui distintas linhas de financiamentos à cultura relacionadas às especificidades as diferentes cadeias produtivas. Destaca-se a atuação do Banco numa das principais formas de financiamento à cultura: a Lei 8.313/91, conhecida como Lei Rouanet. A partir da compreensão traduzida no slogan presente em seu website: “cultura é desenvolvimento”, o Banco desenvolveu uma série de estratégias que se agrupam sob os conceitos de economia da cultura e economia criativa. As prioridades de seus investimentos são, majoritariamente, o patrimônio, o audiovisual, e as cadeias produtivas de livros e de jogos digitais, pois, percebe nesses um maior potencial em produzir sinergia econômica sob o espectro da economia criativa, além de elevado potencial para gerar empregos (com melhores salários) e renda, e para projetar bem-estar e inclusão / coesão social de jovens e minorias sociais. Para tanto, a diversidade, o ingrediente que gabarita a cultura como instrumento de desenvolvimento local e regional, deve estar articulada à criatividade e a inovação tecnológica (GORGULHO et alii, 2009).

**GRÁFICO 1**

**Maiores incentivadores à cultura via leis de incentivo/MinC (2013 – 2017)**

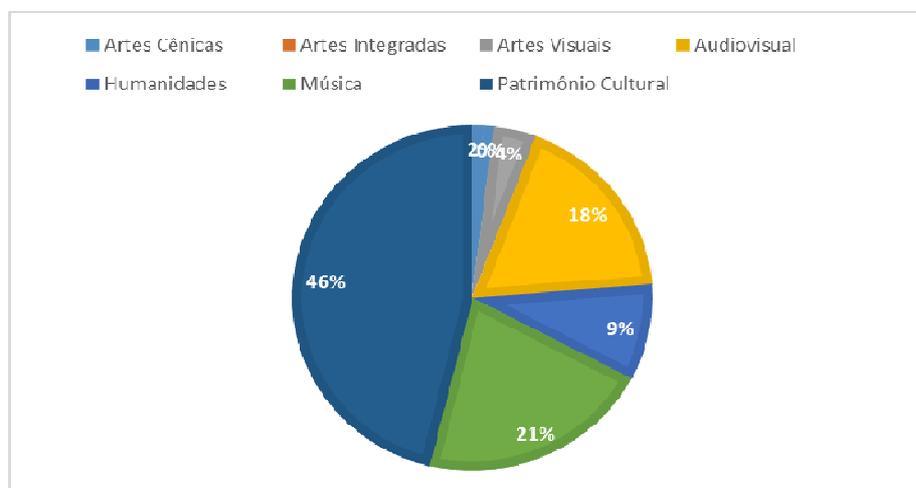


Fonte: Ministério da Cultura – MinC; Plataforma Salic. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php#>><sup>11</sup>

Segundo dados do Ministério da Cultura (Gráfico 2), o Patrimônio Cultural responde por quase a metade (46%) de todo o volume de recursos investidos pelo Banco nos últimos 5 anos por meio da Lei Rouanet, isso sugere que o BNDÉS percebe uma vantagem comparativa do patrimônio em relação às outras áreas para os propósitos de uma política cultural ligada ao desenvolvimento.

**GRÁFICO 2**

**BNDÉS: Incentivo por área cultural (2013-2017)**



Fonte: Fonte: Ministério da Cultura – MinC; Plataforma Salic. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php#>><sup>12</sup>

Luciane Gorgulho (2017), chefe do departamento de economia da cultura do BNDES, descreve tal relação com o patrimônio como ampliação da visão da preservação, cara ao campo patrimonial, que compreende o desenvolvimento produzido a partir das potencialidades oriundas das práticas de preservar. Mais do que recuperar/manter o que foi patrimonializado, o BNDES interessa-se pelas possibilidades em termos de ganhos institucionais, econômicos, turísticos e urbanos.

Descrever o projeto do BNDES para a cultura visa aqui demonstrar que o Paço do Frevo consiste em um exemplo da realização objetiva desse ideário. Nas palavras da referida chefe do Departamento de Cultura do BNDES:

O Paço do Frevo é singular porque congrega no mesmo projeto a preservação do patrimônio histórico material e imaterial. Além disso, vai atrair visitantes para o centro histórico do Recife, contribuindo para sua revitalização, e gerará receitas, por meio de venda de produtos e do estúdio de gravação. É o exemplo de projeto de Economia da Cultura que o BNDES busca apoiar<sup>13</sup>.

Contudo, há outras questões a serem consideradas para que se possa compreender a criação desse equipamento cultural para além do diagnóstico do Banco sobre sua relevância. Sua gênese há de ser compreendida como culminância de processos – intermitentes e interdependentes – que são constitutivos da própria história do frevo e do carnaval pernambucano; sua existência, assim, acaba por ser mais uma face da governamentalidade que opera, por meio da política cultural, a instrumentalização das manifestações populares em favor de projetos de Estado. A história do frevo é marcada pela sua governamentalização, fazem parte processos como a normatização do carnaval popular (ARAÚJO, 1996; SANTOS, 2010), a emblematização do frevo por meio de sua transformação em um dos representantes da “pernambucanidade” (MENEZES NETO, 2014; 2016), e na primeira década dos anos 2000, sua patrimonialização (LÉLIS, 2011; SARMENTO, 2010).

O que estamos chamando de normatização corresponde a “higienização” do carnaval e sua respectiva instrumentalização como parte de um projeto de Estado. A princípio, no começo do século XX, o frevo<sup>14</sup>, representante do carnaval de rua das camadas populares, era tido como perigoso, desordeiro e violento. A ocupação desordenada do espaço público nos dias da festa, a subversão de valores morais, a popularização das agremiações (clubes), e, especialmente, a possibilidade de ressignificar essa manifestação enquanto expediente da cultura popular em favor

da construção da identidade nacional de um país jovem; despertaram o interesse do Estado e da elite local pelas práticas culturais carnavalescas do Recife<sup>15</sup>.

Ao longo do século XX, esse processo se sofisticava por meio da transformação do frevo em um emblema do que é ser pernambucano<sup>16</sup>. O Estado, a imprensa e os intelectuais imprimem o discurso da originalidade e da autenticidade do carnaval recifense, conseqüentemente de preservação e controle do frevo que paulatina e deliberadamente passa a ocupar um lugar de destaque frente a outras manifestações carnavalescas da cidade, devendo ser exaltado e protegido. A partir desse projeto interessado e direcionado, torna-se imagem-símbolo do carnaval, um dos emblemas da complexa ideia de identidade pernambucana.

A emblematização do frevo (retro)alimentou as ideias de autenticidade, originalidade e da sua importância na vida sociocultural do estado, chaves imprescindíveis para os processos de patrimonialização que se seguiram. Em 2007, como parte dos esforços da Secretaria de Cultura da Prefeitura do Recife, que patrocinou o trabalho de pesquisa para a produção do Inventário, o frevo foi registrado como Patrimônio Imaterial do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), e, em 2012, ganha outra chancela patrimonial e passa a compor a “Lista Representativa do Patrimônio Imaterial da Humanidade”, da UNESCO (candidatura exitosa novamente patrocinada e promovida pela Prefeitura do Recife). O referido Inventário do Frevo contém como peça obrigatória o “plano integrado de salvaguarda do frevo”, documento que sistematizou as demandas e desejos evocados pelos detentores do bem durante o trabalho de pesquisa, em seguida, disciplinado pelos canais da política cultural. Projetava diretrizes para a valorização, fomento, proteção e continuidade do frevo; e estava estruturado em cinco eixos centrais: Paço do Frevo, documentação, educação, divulgação, e apoio às agremiações.

A criação do Paço do Frevo, conseqüentemente, é parte e desdobramento desses processos de normatização, emblematização e patrimonialização do frevo. Sua inauguração se deu em 2014, a partir de uma parceria entre a Prefeitura do Recife, Fundação Roberto Marinho, Governo do Estado de Pernambuco, além de outros parceiros públicos e privados (empresas de diversos setores), e foi financiada com recursos oriundos do BNDES<sup>17</sup> por meio das leis de incentivo a cultura.

Segundo representantes do próprio BNDES, a participação do Banco como financiador do projeto permitiu que os seus “regulamentos operacionais”

(GORGULHO, 2017, p. 184) disciplinassem todo o anseio de uma comunidade envolvida com a concepção do inventário em prol da construção de uma iniciativa que espelhasse o referido arcabouço conceitual e metodológico para a cultura que o BNDES preconiza. O que foi chamado de “regulamentos operacionais” consiste, justamente, nos critérios que operam por meio dos dispositivos burocráticos assegurando que a admissibilidade, aprovação e financiamento das propostas pela lei brasileira de incentivo à cultura estejam de acordo com certa conveniência. Foi nesta instância, por meio da atuação dos referidos dispositivos, que um desejo de memória, preservação e uso em torno do frevo, além do agenciamento neoliberal do “espírito patrimonial” (JEUDY, 2005), foi transformado em insumo do processo de revitalização e requalificação de um perímetro urbano histórico (o Bairro do “Recife Antigo”), o qual articula turismo e especulação imobiliária em meio a atividades de economia criativa.

Inevitavelmente, financiadores como o BNDES definem a identidade dos projetos a serem financiados por meio da disseminação de seus entendimentos, o que disciplina as iniciativas culturais desde antes de sua formalização, pois “amadurecem” (da subjetividade amorfa à formalização enquanto proposta cultural) justamente ao incorporar a linguagem, as concepções e os propósitos que emanam das esferas que financiam a cultura. Assim, o formato do Paço do Frevo evidencia a eficiência dos dispositivos da política cultural em produzir sentido sob as manifestações culturais, e não apenas serem plataformas neutras para viabilizar a concretização de projetos e subjetividades que lhes são exteriores.

Além de tornar possível constatar a centralidade da burocracia em meio à política cultural pelo nítido alinhamento entre o que foi idealizado pelos financiadores e o resultado do que foi produzido; uma iniciativa como o Paço do Frevo ilumina e exemplifica a crítica ao modelo de desenvolvimento que articula cultura e economia criativa, celebrado pelo BNDES.

### **Os limites do Paço: revitalização urbana, turismo e economia criativa**

O Paço do Frevo se propõe a ser um centro de referência de ações, projetos e atividades de documentação, transmissão, salvaguarda e valorização do frevo. Tem grande visibilidade midiática, é um sucesso turístico e, por isso, é o mais importante equipamento cultural dentre aqueles da Prefeitura do Recife, no que

concerne o desprendimento de atenção e recursos financeiros. Fundamentado em três pilares - produção, memória e divulgação -, pretende, sobretudo: romper com a sazonalidade do frevo, ligado ao período carnavalesco, provocando uma experiência de imersão no seu universo simbólico o ano inteiro, que inclui exposições (temporárias e uma de longa duração) e uma extensa agenda de apresentações artístico-culturais a ele relacionadas; e profissionalizar os detentores do bem, nos termos do IPHAN, (músicos, assistas e outros agentes) promovendo processos formativos sistemáticos (oficinas, cursos e eventos) e espaços de produção e ensaios, com ênfase na gestão da escola de música (com um estúdio musical e uma rádio web que permitem um contato sistematizado com a música do frevo, em suas diversas linguagens e modalidades, para formar novos músicos e novos repertórios) e na escola de dança (focada em atividades de formação, transmissão e difusão da dança do frevo (passo), e no desenvolvimento profissional).

No Paço, o frevo é apresentado como uma manifestação artística autenticamente pernambucana, portanto, singular, rica em linguagens artísticas, com muitas possibilidades de experimentações, um campo a ser vivenciado e explorado com mais vigor por pernambucanos e visitantes. Sua preservação, porém, conecta-se, invariavelmente à ideia de sustentabilidade dos agentes produtores do frevo, para tanto a saída proeminente é a profissionalização desses e a promoção de visibilidade a sua produção. Logo, como uma exemplar iniciativa da economia criativa, valoriza a profissionalização e o empreendedorismo cultural.

O Paço canaliza sua atuação, então, para a consolidação de um mercado produtor e a elaboração de um público consumidor de frevo (de produtos, serviços e trabalhos artísticos) que não se restrinjam ao carnaval. De modo inadvertido, projeta o discurso do potencial mercadológico das manifestações populares tal qual o frevo que, com impulso da economia criativa podem se transformar em produtos culturais diferenciados, vendáveis, de grande alcance turístico, com possibilidades de gerarem empenho e renda. Como efeito, esse discurso aponta implicitamente para uma ideia de evolução, como se as manifestações da cultura popular para sua melhoria e, quiçá, sobrevivência, devessem sair do amadorismo espontâneo e autonomia criativa, para chegar no ponto da formalização, profissionalização, sustentabilidade financeira e da criatividade alinhada ao mercado. Só alcançando esse patamar contribuiriam, ou melhor, estariam a serviço, do desenvolvimento social. Nesse processo evolutivo os mais fortes entre os atores sociais envolvidos

com o frevo sobreviverão, uma hierarquia simbólica se estabelece entre os que conseguem responder melhor aos estímulos da economia criativa e atender à demanda transformando-se em profissionais, microempreendedores individuais ou empresas criativas, e aqueles que não respondem ou são críticos a tais estímulos, mantendo-se como amadores, menos requisitados e visibilizados.

Ressaltamos ainda que um equipamento cultural como o Paço do Frevo, localizado no centro da cidade, em meio a um complexo turístico-tecnológico-criativo, concede ao visitante a falsa impressão de imersão total na multiculturalidade. Trata-se de uma imersão higienizada na cultura popular local, uma experiência polida e apolítica, longe da realidade pobre e periférica das centenárias agremiações de frevo; omissa ao descaso das políticas públicas para com mestres e seus saberes e fazeres; ideologicamente descomprometida com a crítica à espetacularização das culturas populares (CARVALHO, 2012) e desligada da luta política dos envolvidos com o frevo por mais espaço e fomento na festa do carnaval oficial (patrocinado pela Prefeitura do Recife). Com a concentração da experiência de imersão no centro histórico musealizado (JEUDY, 2005), portanto, gentrificado, espetacularizado e turistificado, há o esvaziamento das sedes e das comunidades das agremiações de frevo como lugares da imersão legítimos, onde acervos e outras narrativas escapam à história oficial e ao museu, revelando outras construções memoriais e vivências. Situada nas periferias da cidade, fora da circunscrição turística, a experiência dos detentores do bem (no jargão patrimonial) tem seu potencial museológico ofuscado pelo empreendimento Paço do Frevo que pretensamente o representa.

Nesse sentido, o Paço pertence a um enredo que articula uma série de iniciativas em meio a uma localidade específica e muito simbólica da cidade do Recife. Esse enredo é composto por um centro histórico musealizado / patrimonializado, projetos imobiliários, e empreendimentos econômicos (tecnologia, moda, artesanato, entretenimento e turismo) que se articulam a partir do conceito de economia criativa. Um fluxo de iniciativas que estamos chamando de enredo configura o centro histórico do Recife enquanto hiperlugar / hipercentro (PROENÇA; PEIXOTO, 2009). Isto equivale a dizer que lugares como esse são palcos de investidas que vão desde o campo político ao campo técnico, do público / estatal ao privado/empresarial, onde todos pretendem torná-los (por meio das políticas de requalificação urbana) a mais especial das configurações urbanas. Para além da visibilidade singular que esses centros detêm, os então hipercentros ocupam uma

centralidade repleta de positivities imagéticas que os posicionam enquanto protótipos de uma experiência perfeita de cidade.

Em centros históricos / hipercentros, tais como o que o Paço do Frevo está inserido, o patrimônio ocupa um papel central, pois é o elemento que opera tentando conferir algum tipo de legitimidade a todos os esforços envidados na transformação destes lugares no que eles verdadeiramente buscam ser: parques de consumo, entretenimento e de habitações privilegiadas.

Francisco Sá Barreto e Izabella Medeiros (2016) demonstram especificamente como a política de revitalização do Bairro do Recife está centrada no apelo turístico a partir de sua transformação em zona de entretenimento e consumo de bens culturais, sendo a gestão da diferença a base dessa relação. Mais ainda, que o empreendimento político de revitalizar tal região no Recife – que foi acompanhado de uma controversa justificativa para a sua patrimonialização por parte do IPHAN, da reforma de prédios antigos com sua respectiva utilização para acomodar galerias de arte e sofisticados pubs e restaurantes, da instalação de centros de artesanato, de dois grandes museus (o próprio Paço do Frevo e o Museu Cais do Sertão), de um complexo de empresas de tecnologia (o Porto digital) – cumpriu uma importante tarefa na agenda da expansão imobiliária da cidade.

Soma-se a este interesse imobiliário, turístico e de consumo de bens culturais, as tentativas de transformar o Bairro do Recife em um complexo que produza desenvolvimento a partir de iniciativas que, ao sabor das conveniências, se acomodam sobre o espectro da economia criativa. Em meio a este complexo, existem iniciativas que, basicamente, se dividem em dois blocos: arte / cultura / entretenimento e tecnologia / inovação, divisão proposta por Lavínia Barros de Castro (2014), economista do próprio BNDES. Essas diferenças se fazem presentes em meio ao cluster criativo do Bairro do Recife, e ajudam a entender a força perene do credo da criatividade mesmo mediante o fracasso da sustentabilidade econômica de iniciativas como o Paço do Frevo ou do Museu Cais do Sertão, pois, ambos, embora pareçam projetos exitosos constantemente anunciam dificuldades financeiras e possibilidade de fechamento, o que revela, do modo inadvertido, os limites do modelo de parceria público-privada no qual os dois estão inscritos.

A mais pujante dessas iniciativas no hipercentro do Bairro do Recife é o Parque Tecnológico Porto Digital, que dispõe de um setor específico de economia criativa – o Porto Mídia (o qual teve sua criação, especialmente a revitalização do

prédio histórico em que funciona, financiada pelo BNDES e governo do Estado de Pernambuco). Além da forte parceria com o poder público, o Porto Digital consegue manter uma relação potente com o setor privado, o que lhe tornou responsável por, segundo o seu presidente, gerar emprego para 8 500 pessoas e um faturamento anual de 1,4 bilhão de reais<sup>18</sup>. Com atuação nas áreas de multimídia, games, cinema, design, música e fotografia; o Porto Mídia estabeleceu seus interesses diretamente a partir do que foi aferido junto ao mercado enquanto oportunidades promissoras de negócio (MARÇAL, 2014).

Embora a política que emane do Porto Mídia atue sob o interesse de comodificar a criatividade a partir de critérios estritamente mercantis – algo que se torna visível por meio de seus editais / financiamento e do próprio léxico gerencialista utilizado em suas ações – sua performance econômica soa amena e promotora da cultural local, alinhada ao discurso da valorização da diversidade numa capital que se enxerga multicultural. O fruto deste encontro entre empreendedorismo, tecnologia e multiculturalismo é a produção de um capitalismo pretensamente *soft* praticado em tais empreendimentos. Mais afetivo por lidar com arte/entretenimento / cultura, mais “descolado” pelo uso massivo de novas tecnologias, mais alternativo por adotar uma estética visual distinta da do *mainstream*, mais maduro por se apresentar enquanto avesso aos males de uma ética do patrimonialismo, mais competitivo em razão do fascínio pela inovação e livre iniciativa; o que resulta, enquanto síntese de tudo isto, em uma economia da cultura muito similar ao que Robert Lanham (2008) descreveu, ironicamente, enquanto uma cultura *hipster*. Essa última, tal como a economia criativa do multiculturalismo digital, embora esteja interessada em demonstrar restrições a certos símbolos do capital, produz práticas econômicas conservadoras que são, ao mesmo tempo, revestidas de simbolismos alternativos e avessos a tendências popularescas.

Para além do fato de que o bloco demarcado pela relação tecnologia / inovação apresenta performances econômicas sustentáveis, o questionamento sobre a potencialidade da economia criativa permanece quando se considera o bloco que envolve arte / entretenimento e patrimônio, onde se situa o Paço do Frevo. Em meio aos registros formais de suas atividades (plano museológico, plano de trabalho e planos anuais de atividades) o equipamento expõe constantemente seus compromissos para com a indução de uma cadeia da economia criativa, assim como com o projeto de estabelecer a criatividade como valor central para o fazer

museológico. Para tanto, tal instituição concebe como grande desafio o desenvolvimento de modelos de negócio que transpassem a condição do frevo enquanto commodity, ao passo que estes deveriam ativar outras cadeias criativas e econômicas. Isso envolveria reprogramar os modelos mentais dos produtores de frevo, articular novas possibilidades e, em decorrência, gerar novos produtos culturais<sup>19</sup>.

O caminho para tal empreendimento seria a articulação e organização de uma rede sociocultural do frevo que viabilizaria sistematicamente a promoção e o desenvolvimento de territórios criativos e incubadores dedicados a tais tarefas. Nessa perspectiva, ficaria demarcado o potencial desenvolvimentista do Paço do Frevo, sua capacidade de articular os agentes do frevo na radicalização da instrumentalização do patrimônio para fins de mercantilizá-lo, sob a égide da sustentabilidade salvadora.

Contudo, a despeito da conveniente dificuldade em mensurar os efeitos econômicos de algumas performances em meio à economia criativa, um aspecto é muito evidente sobre a sustentabilidade do Paço do Frevo: tal equipamento, mesmo revestido de toda uma estrutura afeita à lógica do mercado que o potencializa em captar recursos na iniciativa privada, tem se mostrado incapaz de produzir sustentabilidade, para si e para os agentes do frevo. O equipamento depende vigorosamente do aporte de recursos públicos para manter-se funcionando e os agentes ainda dependem dos subsídios governamentais para continuarem existindo. Como sintoma, ao final do ano de 2015 a imprensa local noticiou a iminência de seu fechamento e de outro grande museu (o Cais do Sertão, o qual opera sob uma lógica semelhante) em razão da suspensão temporária de repasses financeiros por parte do poder público, problema este contornado a partir da retomada do envio de recursos<sup>20</sup>.

No que diz respeito a sua relação com minorias sociais, o tipo de participação de comunidades locais e agentes do frevo em suas ações denotam o sentido de inclusão social atrelado ao Paço. Incluir socialmente, em tais práticas, assim como na economia política da criatividade, corresponde a integrar nas formas convencionais o indivíduo à organização social do trabalho. A cidadania a ser produzida por este processo haverá de se materializar no momento – articulado por agentes culturais / criativos – em que o indivíduo tem sua força de trabalho posta a serviço das estruturas de produção. Instituições museológicas, como o Paço, se

utilizam ainda de ações voltadas a comunidades dotadas de algum tipo de marcador social como parte de genuínas estratégias de *branding*. A promoção de aproximações efêmeras como esses grupos investem as instituições de uma aura democrática, inclusiva e de respeito à diversidade, elementos caros à receptividade de suas marcas.

Embora o léxico da inclusão social em meio à cultura possua em sua gênese um sentido progressista, nos moldes em que essa agenda é conduzida nas atuais políticas culturais, a exemplo da que está aqui em questão, seu sentido é absolutamente conservador e prosaico.

Sendo assim, ao passo que se constata uma incongruência sobre o que os discursos da economia da cultura preconizam a respeito do potencial sustentável do modelo da economia criativa; uma conveniente esterilidade em produzir algum tipo de transformação a partir da economia criativa (ao menos nos moldes desejados por Celso Furtado); e uma relação intensa e bem-sucedida com o modelo de revitalização do Bairro do Recife, percebe-se que, ao invés de agenciar uma preservação sustentável e inclusiva do patrimônio, é justamente enquanto instrumento de uma associação (nada criativa) entre política cultural, turismo e desenvolvimento urbano, para fins de construção de um sentido específico de cidade, que o Paço do Frevo protagoniza seu real propósito.

### **Considerações finais**

Pensar criticamente a política cultural, articulando preceitos advindos dos estudos culturais, enseja um compromisso com a produção subjetiva de novas possibilidades para uma relação entre cultura e política. Ao contrário da negação (como se isso fosse possível) de uma relação instrumental entre cultura e economia, diferença e política; o que se busca a partir desta crítica é sugerir a necessidade imperativa da construção de outros caminhos mediante o desvelamento do esforço meramente retórico da economia política da criatividade em se apresentar como a panaceia cidadã de uma relação entre economia e cultura.

Tal crítica torna possível ainda perceber os vetores de sedução da economia criativa – sustentabilidade, novas relações de trabalho, inclusão social, respeito à diversidade – enquanto elementos de um devir cidadão instrumentalizado em favor da produção de um sentido positivo. A economia política da criatividade precisa

parecer potente em produzir todos os benefícios sociais a que se propõe, para conseguir, fundamentalmente, dar efetividade a uma estrutura produtiva de bases convencionais.

A eficiência dessa operação, que instrumentaliza a possibilidade de produzir cidadania a partir de uma performance econômica, possui na fragilidade conceitual da economia criativa um elemento fundamental. Ter contornos claros sobre o que ela é, e sobre o que não é, comprometeria a potência do modelo de desenvolvimento ao qual a criatividade se insere ao passo que inviabilizaria a produção de sentidos positivos sobre as práticas econômicas a que se deseja.

Diante disso, se considerarmos o projeto da criatividade em meio ao que Antônio Negri e Maurizio Lazzarato (2001) discutem sobre o trabalho imaterial, a criatividade há de ser entendida muito menos como algum tipo de superação das desigualdades estruturais do capital e muito mais como uma expressão decorrente de sua sofisticação. Ao contrário do que Richard Florida (2011) afirma, todo o trabalho (inclusive dos trabalhadores criativos) é que está envolto à produção de subjetividades. São as experiências hiperdinamizadas do consumo que colonizam a fabricação e produção, e não o sentido contrário; não são os trabalhadores criativos que fazem isso. Pensar a criatividade sob esta perspectiva é usar lentes que permitam enxergá-la como uma economia política genuinamente hegemônica e potencializadora da produção de desigualdades sociais.

No contexto em que se insere o Paço do Frevo, a criatividade funciona enquanto parte de uma política cultural interessada na produção de uma intersubjetividade decorrente da revitalização do centro histórico do Recife. Nesse, o manejo da diversidade e do patrimônio para fins de legitimar a acumulação e uma concepção excludente de espaço urbano, demonstram a imensidão que há no hiato que separa a concepção de Celso Furtado sobre criatividade e desenvolvimento, e todo o conjunto de aspectos que caracterizam a economia criativa.

Por fim, em agosto de 2017, o recém empossado Ministro da Cultura, Sérgio Leitão, declarou que a economia criativa seria uma prioridade de sua gestão<sup>21</sup>. Sob o argumento de que as políticas de estímulo à economia criativa, realizadas até então, fracassaram em razão da insensibilidade da sociedade, do governo e do mercado, o ministro deixa poucas dúvidas sobre quão enraizada está na esfera cultural do Brasil aquilo que Jamie Peck (2005, p. 740) chamou de “novo credo da criatividade”.

**NOTAS**

1. Segundo Yúdice, o papel da cultura expandiu-se como nunca para as esferas política e econômicas, ao mesmo tempo em que suas noções convencionais se esvaziaram. Ela estaria sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica, acionada para mediar/resolver conflitos acerca da cidadania. Nesse sentido, a cultura, para ele, se tornou pretexto para a melhoria sociopolítica e para o crescimento econômico.
2. O sentido de dispositivo aqui utilizado remete ao que afirma Giorgio Agamben (2005), a partir do que foi sugerido por Michel Foucault. Trata-se de um conjunto heterogêneo (linguístico e não-linguístico), que inclui discursos, instituições, leis e etc; o qual opera sempre estrategicamente em meio a uma relação de poder; e que possui em si o caráter epistêmico que lhe confere legitimidade em atribuir valor científico a alguma proposição.
3. A governamentalidade, segundo Michel Foucault (1979), consiste na técnica de governo – a qual reúne instituições, procedimentos, táticas, cálculos, análises e reflexões – que opera uma forma de poder (preeminente sobre outras formas como a soberania e a disciplina) voltada para o governo da população, e que funciona como uma economia política gerida por meio de dispositivos de segurança. O objetivo elemento fundamental é garantir a própria sobrevivência do Estado. Nos estudos culturais, mas especialmente na sua relação com as políticas culturais, esse conceito alcançou grande importância. Ver Justin Lewis e Toby Miller (2003).
4. A incompletude consiste na premissa de inculcar no sujeito uma ética que o torne desejoso de performar, de forma cada vez melhor, um tipo de cidadania que interessa ao Estado, que o mantém leal e em sintonia com um determinado projeto de nação. Seja nisto enquanto consumidor ou patriota, o que importa é construir uma subjetividade que o torne comprometido com este papel mesmo diante das contradições inerentes ao exercício desde papéis.
5. Esta consideração envolve perceber em que medida é a economia criativa uma manifestação do que Walter Benjamin (2015) e Giorgio Agamben (2015) entendem por lógica religiosa do capital, ou/e um desdobramento do que Antônio Negri e Maurizio Lazzarato (2013) concebem enquanto trabalho imaterial; mesmo que essa se apresente, paradoxalmente, enquanto expressão de um enfrentamento às suas contradições (do capitalismo).
6. O modelo de desenvolvimento apresentado por Richard Florida (2003), por meio de sua argumentação em favor das cidades e classe criativas, é o mais célebre exemplo de como o charme criativo opera retoricamente uma docilização de problemas comuns à lógica econômica convencional. Embora recentemente o próprio autor tenha revisto a dimensão de seus diagnósticos ainda há, no Brasil, grande receptividade a sua ideia de produzir polos urbanos potentes em produzir uma sinergia econômica tendo como base o trabalho criativo. Ver ainda críticas como as de Moretti (2012), Nichols Clark (2003), Hoyman e Faricy (2009).
7. O manifesto pela economia criativa de Hasan Bakhshi, disseminado pelo British Council (2014) no Brasil, ou a publicação sobre “economia naranja” realizada pelo BID (RESTREPO; MÁRQUEZ, 2013) traduzem tal entendimento.
8. Elder Alves demonstra como é central no processo de ascensão da economia criativa no Brasil as mudanças de sentido de conceitos e terminologias na construção de uma nova semântica sobre a relação entre economia e cultura. Isto envolve diretamente a transformação da relação indústria e cultura de algo “anticriativo” e padronizado no passado (na crítica da indústria cultural) para uma compreensão atual que despeja fé na potência criativa da instrumentalização econômica da cultura. Esta mudança está no cerne da justificativa da inserção das culturas tradicionais e populares em uma estrutura produtiva que possa gerar riqueza.
9. Luiz Carlos Bresser-Pereira (1981) entende que é uma revolução cognitiva o que Celso Furtado está propondo a partir de sua crítica à civilização industrial. Também está presente em sua percepção um anseio pela devolução do primado da sabedoria em relação ao conhecimento instrumental. Essa última haveria de se materializar, assim como sugerem Jair do Amaral Filho e Deborah Farias (2016), por meio de uma política que promovesse fontes de criatividade e cultura, focada em promover cidadania e liberdade com vistas a produzir um processo de desenvolvimento alternativo ao que advém do discurso do progresso.

10. Assim como demonstra Fernando Valente (2009), a obra de Paulo Freire consiste em um modelo alternativo e radical de desenvolvimento, fundamentado na centralidade do processo educacional. Freire considerou o desenvolvimento econômico um suporte para uma sociedade democrática, a qual haveria de produzir a supressão da opressão das classes muito ricas sobre as muito pobres. Por conseguinte, desenvolver significa não apenas um conjunto de questões técnicas, de política puramente econômica ou de reformas de estruturas; mas fundamentalmente a passagem de uma para outra mentalidade.
11. As informações foram coletadas na referida plataforma por meio do campo “maiores incentivadores por ano e tipo de pessoa”. Os dados de empresas distintas, mas pertencentes a um mesmo grupo (tais como nos casos das dezenas de empresas pertencentes ao Itaú e Bradesco), foram agregados em uma única denominação.
12. As informações foram coletadas na referida plataforma, por meio do campo “incentivos de grupos estatais por ano e área cultural”.
13. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Sala\\_de\\_Imprensa/Noticias/2014/Todas/20140210\\_frevo.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2014/Todas/20140210_frevo.html)>. Acesso em: 1º dez. 2017.
14. A literatura sobre o frevo (corruptela do verbo ferver) - produzida no primeiro momento por folcloristas e memorialistas (OLIVEIRA, 1971; DUARTE, 1968; REAL, 1990), e depois, especialmente, por historiadores (SILVA, 2000; RABELLO, 2014; ARAÚJO, 1996) - localiza suas origens no final do século XIX. Na década de 1880 surgem os primeiros clubes pedestres cujos quadros eram compostos pelas camadas populares (operários, mascates, trabalhadores) que desfilavam e arrastavam foliões, acompanhados pelas bandas marciais nas ruas estreitas do centro da capital pernambucana, nos bairros de São José, Santo Antônio e Boa Vista. Do repertório musical das bandas (polcas, tangos, quadrilhas, peças eruditas, maxixes), em especial, da hibridização e aceleração de dobrados e marchas, surge a música do frevo. À frente das bandas e dos clubes, estavam os capoeiras (ex-escravos, trabalhadores braçais), abrindo espaço, demonstrando habilidades e defendendo seus partidos. Logo, a dança, o “passo”, é herança da capoeira e da inventividade espontânea na interação com um ritmo musical em formação.
15. O carnaval de rua e o frevo, amalgamados, foram condenados e cesurados pelas forças do Estado, leia-se a justiça e a polícia, até as duas primeiras décadas do século XX. A partir da década de 1930, porém, o Estado Novo empreende a apropriação do carnaval tido como popular no Brasil (OLIVEN, 1980; ORTIZ, 2012), antes perseguido se transforma em uma das suas peças do projeto de integração e construção da identidade nacional.  
No Recife, o Estado e as elites locais abrandam a repressão, repensam estratégia e articulam uma política da aproximação (leia-se dominação) entre poder público e agremiações carnavalescas, com o objetivo de disciplinar o carnaval popular e organizar seus grupos. O poder público se torna o promotor da festa que a princípio era espontânea, criando mecanismos de controle legal dos conteúdos simbólicos e das práticas para assegurar a ordem, a moral e o bem-estar. Logo, toma para si a função de organizar o espaço público no período festivo, autorizar previamente a participação de manifestações carnavalescas, regular e censurar com vistas a garantir a moral pública, subvencionar grupos, enfim, normatizar o carnaval. Atualmente a Prefeitura do Recife continua operando na regulação do carnaval, na organização da festa, subvencionando agremiações, contratado artistas e bandas, fomentando o frevo na cidade.
16. Esse movimento de apropriação do carnaval popular pelo Estado indica paralelamente, para Araújo (1996), a existência de um “projeto cultural” orientado pelas elites pernambucanas com vistas à elaboração do frevo como “símbolo de identidade coletiva”, projeto engendrado em um contínuo histórico de atuação de tais elites no controle dos conteúdos simbólicos e da dinâmica do carnaval do Recife. Para a historiadora, em 1914: “o frevo já estava consolidado como forma específica das camadas populares viverem o carnaval e, por outro lado, já se delineavam os traços embrionários do projeto cultural que o transformaria em símbolo da identidade coletiva” (ARAÚJO, 1996, p. 22). Orientação similar aparece em Santos (2010).
17. O equipamento cultural foi inaugurado em 2014, instalado no prédio histórico, tombado, da extinta Western Telegraph Company, no bairro do Recife Antigo, com apoio do BNDES. Atualmente é gerido pelo Instituto de Desenvolvimento e Gestão – IDG, organização social (OS) sem fins lucrativos, e patrocinado pela Companhia de Energia de Pernambuco (CELPE), Rede Globo, Banco Itaú, Instituto Votorantim, Instituto Camargo Correia, Empresa de Turismo de Pernambuco (EMPETUR) e o Governo do Estado de Pernambuco. Ver site: <<http://www.pacodofrevo.org.br/>>.
18. Disponível em: <<http://projetodraft.com/chico-saboya-e-o-porto-digital-no-recife-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-polo-tecnologico/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

19. Tais informações estão presentes nos projetos submetido pela Organização Social que gere o Paço do Frevo, o Instituto de Desenvolvimento e Gestão - IDG, ao MinC a fim de obter financiamento por meio das leis de incentivo à cultura.
20. Disponível em: <<http://jc.ne10.uol.com.br/blogs/jcnasruas/2016/01/06/paco-do-frevo-tem-demissoes-revogadas-e-cais-do-sertao-tem-destino-incerto/>>. Acesso em: 20 dez. 2017.
21. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/08/1912651-desenvolver-a-economia-criativa-sera-prioridade-diz-ministro-da-cultura.shtml>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? *Outra Travessia*, Florianópolis, n. 5, p. 9-16, jan. 2005.

\_\_\_\_\_. *Profanações*. São Paulo: Boitempo, 2015.

ALVES, Elder Patrick Maia. A economia criativa do (no) Brasil. In: *Seminário Internacional de Políticas Culturais*. Salvador: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. v. 3, p.1-14.

AMARAL FILHO, Jair; FARIAS, Deborah. Celso Furtado: culture and creativity matter. *Journal of Economic Issues*, v. 50, n. 2, p. 444-45. 2016.

ARAÚJO, Rita de Cássia. *Festas: máscaras do tempo*. Entrudo mascarada e frevo no carnaval do Recife. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 1996.

BENJAMIN, Walter. *O capitalismo como religião*. São Paulo: Boitempo, 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa do MINC. Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*. Brasília, 2011.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Resenha de: Furtado, Celso. Criatividade e dependência na civilização industrial. *Revista de Economia Política*, v. 1, n. 2, p. 155-156, 1981.

BUITRAGO RESTREPO, Pedro Felipe; DUQUE MÁRQUEZ, Iván. *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Bogotá: BID, 2013.

CARVALHO, José Jorge. 'Espetacularização' e 'canibalização' das culturas populares na América Latina. *Revista Antropológicas*, Recife, v. 21, n. 1, p. 39-76, 2010.

CASTRO, Lavinia Barros de. Dividing the creative economy into two to better understand it from a macroeconomic perspective; In: *NEW directions in creative economy policy making / Novas Direções na Formulação de Políticas para a Economia Criativa*. London, São Paulo: British Council, 2014, p. 37-41.

DUARTE, Ruy. *História social do frevo*. Rio de Janeiro: Leitura, 1986.

FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. Creative industries after the first decade of debate. *The Information Society*, v. 26, n. 2, p.113-123, 2010.

FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre: L&PM. 2011.

\_\_\_\_\_. Cities and the creative class. *City & Community*, v. 2, n. 1, p. 3-19, 2003.

- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal. 1979.
- FURTADO, Celso. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1978.
- GORGULHO, Luciane Fernandes et alii. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 30, p. 299-355, 2009.
- HOYMAN, Michele; FARICY, Christopher. It takes a village: a test of the creative class, social capital, and human capital theories. *Urban Affairs Review*, v. 44, n. 3, p. 311-333, 2009.
- JEUDY, Henri-Pierre. *O espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antônio. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A. 2013.
- LEITÃO, Cláudia. Por um Brasil criativo. *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 18, p. 74-84, 2015.
- LÉLIS, Carmem. *Frevo: patrimônio imaterial do Brasil*. Síntese do dossiê de candidatura. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2011.
- LEWIS, Justin; MILLER, Toby. *Critical cultural policy studies: a reader*. New Jersey: Blackwell Publishing, 2003.
- MARÇAL, Maria Christianni Coutinho. *Discurso do sistema tecnológico Portomídia: um estudo no campo da economia criativa e artes digitais*. Recife, 2014. 194 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco.
- MENEZES NETO, Hugo. Gilberto Freyre entre o frevo e o samba no carnaval do Recife. *Revista Sociologia e Antropologia*, Recife, v. 6, n. 3, p. 735-754, 2016. DOI: <<http://dx.doi.org/10.1590/2238-38752016v637>>.
- \_\_\_\_\_. *Tem samba na terra do frevo: as escolas de samba no carnaval do Recife*. Rio de Janeiro, 2014. 226 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MILLER, Toby; YÚDICE, George. *Cultural policy*. London: Sage, 2002.
- MILLER, Toby. Can natural luddites make things explode or travel faster? In: LOVINK, Geert; ROSSITER, Ned (Org.). *My creativity reader: a critique of creative industries*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2007, p. 43-49.
- MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007, p. 95-114.
- MORETTI, Enrico. *The new geography of jobs*. Boston: H. Mifflin Harcourt, 2012.
- NICHOLS CLARK, Terry. Urban amenities: lakes, opera, and juice bars: do they drive development? In: *The city as an entertainment machine*. Emerald Group Publishing Limited, 2003, p. 103-140.
- OLIVEIRA, Valdemar de. *Frevo, capoeira e passo*. Recife: CEPE, 1971.
- OLIVEN, Ruben George. *Organização e mudança social no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1980.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- Glauber Guedes Ferreira de Lima, Hugo Menezes Neto

PECK, Jamie. Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 29, n. 4, p. 740-770, 2005.

RABELLO, Evandro. *O carnaval do Recife pelos olhos da imprensa – 1822/1925*. Recife: Funcultura, 2004.

REAL, Katarina. *O folclore no carnaval do Recife*. Recife: Massangana, 1990.

REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). Introdução. In: ECONOMIA criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008, p. 15-49.

SÀ BARRETO, Francisco Sá; MEDEIROS, Isabela. Culturas do passado presente: um estudo sobre o discurso da novidade e as políticas patrimoniais em uma Recife de três tempos. In: *Anais do 40º Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS*, Caxambu, MG, 2016, p. 1 -31.

SANTOS, Mário Ribeiro dos. *Trombones, tambores, repiques e ganzás: a festa das agremiações carnavalescas nas ruas do Recife: (1930-1945)*. Recife: SESC, 2010.

SARMENTO, Luiz Eduardo. *Patrimonialização das culturas populares: visões, reinterpretações e transformações no contexto do frevo*. Recife, 2010. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco.

SILVA, Leonardo Dantas. *Carnaval do Recife*. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.

THROSBY, David. Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, v. 14, n. 3, p. 217-232, 2008.

VALENTE, Luiz Fernando. Paulo Freire: desenvolvimento como prática de liberdade. *Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política*, v. 18, p. 186-197, 2009.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

**Glauber Guedes Ferreira de Lima** é Professor do Curso de Museologia da Universidade Federal de Goiás (UFG), em Goiânia, Goiás, Brasil. Doutorando em Mídias e Indústrias Criativas na Loughborough University London, na Inglaterra. Mestre em História pela Universidade de Brasília (UnB) e Graduado em História pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Pós-Graduado Lato Sensu em Gestão de Espaços e Projetos Culturais pela Faculdade de Artes Dulcina de Moraes.

**Hugo Menezes Neto** é Professor do Departamento de Antropologia e Museologia e do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Recife, Pernambuco, Brasil. Doutor em Antropologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Mestre em Antropologia e Graduado em História pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

**Como citar:**

LIMA, Glauber Guedes Ferreira de; MENEZES NETO, Hugo. Economia criativa, patrimônio e diversidade: o Paço do Frevo e o neoconservadorismo nas políticas culturais. *Patrimônio e Memória*, Assis, SP, v. 15, n. 1, p. 449-473, jan./jun. 2019. Disponível em: <[pem.assis.unesp.br](http://pem.assis.unesp.br)>.