

A PRESENÇA DA NEGRITUDE NA ECONOMIA CRIATIVA DE SÃO PAULO

Jackson Luiz Barbosa de Araujo¹

RESUMO

Este artigo objetiva localizar os desfiles da marca LAB, que aconteceram na São Paulo Fashion Week, entre 2016 e 2017, enquanto prática artística audiovisual que celebra conquistas da negritude com estratégias estéticas antirracistas, dentro do contexto da cidade de São Paulo como uma cidade criativa, operando a favor da transformação das estruturas sociais, visibilizando referências não contempladas nos circuitos culturais hegemônicos. O ponto de partida para essa contextualização é estabelecer a fronteira entre criatividade e criação: enquanto a criatividade é vista como ato isolado, uma faculdade intrínseca ao ser humano, a criação, por se tratar de um ato extraordinário, tem forte ligação com a intenção do autor. A partir dessa conceituação, entende-se que é com a organização das novas produções geradas a partir da criatividade, fomentada pela propriedade intelectual, que surge uma nova economia – a economia criativa –, versando sobre tarefas fundamentadas no conhecimento, na cultura e na arte e integrando vertentes econômicas, culturais e sociais. Conceitua-se que o que confere à cidade o status de criativa é, entre outros fatores, a promoção de um novo ciclo de desenvolvimento pautado pela diminuição das desigualdades e pela inclusão socioeconômica, compreendendo-se a cultura para além de sua dimensão simbólica da vida social como fator essencial para a elaboração de projetos artísticos coletivos e de políticas públicas. Assim, entende-se o aprendizado da cultura como processo de socialização e significação por meio do qual os sujeitos elaboram seu comportamento, exercitam a criatividade e desenvolvem sua capacidade artística e profissional, oferecendo elementos para que possam apropriar-se de sua história, ter consciência de seu passado e projetar o futuro. Portanto, ao estimular reflexões sobre novos usos e interpretações de símbolos da cultura negra em suas produções de moda, pode-se concluir que a LAB permite a elaboração de novas redes intelectuais de conhecimento etnográfico, reverberando em configurações atualizadas de identidade e pertencimento, colaborando para a formatação de uma economia criativa para a cidade de São Paulo.

Palavras-chave: Moda. Arte. Música. Economia criativa. Cultura negra.

¹ Mestre em Arquitetura, Urbanismo e Design pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. E-mail: jacksonaraujo488@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4207927094551678>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2036-1922>.

ABSTRACT

This article aims to locate the LAB brand fashion shows, which took place at São Paulo Fashion Week, between 2016 and 2017, as an audiovisual artistic practice that celebrates achievements of blackness with anti-racist aesthetic strategies, within the context of the city of São Paulo as a creative city, operating in favor of the transformation of social structures, making references not included in hegemonic cultural circuits visible. The starting point for this contextualization is to establish the border between creativity and creation: while creativity is seen as an isolated act, an intrinsic faculty of the human being, creation, as it is an extraordinary act, has a strong connection with the intention of the author. From this conceptualization, it is understood that it is with the organization of new productions generated from creativity, fostered by intellectual property, that a new economy emerges – the creative economy –, dealing with tasks based on knowledge, culture and art. and integrating economic, cultural and social aspects. It is conceptualized that what gives the city its creative status is, among other factors, the promotion of a new cycle of development guided by the reduction of inequalities and socioeconomic inclusion, understanding culture beyond its symbolic dimension of life social as an essential factor for the elaboration of collective artistic projects and public policies. Thus, learning about culture is understood as a process of socialization and meaning through which subjects develop their behavior, exercise creativity and develop their artistic and professional capacity, offering elements so that they can take ownership of their history, be aware of their past and project the future. Therefore, by stimulating reflections on new uses and interpretations of symbols of black culture in their fashion productions, it can be concluded that the LAB allows the elaboration of new intellectual networks of ethnographic knowledge, reverberating in updated configurations of identity and belonging, contributing to the formatting of a creative economy for the city of São Paulo.

Keywords: Fashion. Art. Music. Creative economy. Black culture.

1 A fronteira entre criatividade e criação

“A natureza criativa do homem se elabora no contexto cultural” (OSTROWER, 1977, p. 5)². Essa citação inicial estabelece conexão com uma questão primordial que move esse artigo: como, a partir de estratégias estéticas que possibilitam pensar a negritude e sua relação cultural com os modos de vestir e de existir nos espaços públicos, a moda da marca LAB se constitui importante pilar na formatação da economia criativa na cidade de São Paulo?

Se todo sujeito cresce em uma realidade social que molda os próprios valores de vida, a partir de suas carências e valores culturais, a criatividade é a representação das

² Quando Ostrower diz "homem", recomenda-se ler "seres humanos", assim como em todas as demais citações que trazem originalmente a palavra "homem" nesse artigo.

potencialidades desse indivíduo e, sua criação, a realização dessas potencialidades, já como parte do cenário dessa determinada cultura.

É por meio do processo criativo que se pode identificar as diferenças entre a criatividade e a criação, sendo importante salientar que há contraposições presentes nos respectivos dinamismos e limitações.

Enquanto a criatividade é vista como ato isolado, uma faculdade intrínseca ao ser humano – e a realização dessa capacidade uma de suas demandas, resultando, por vezes, em um objeto utilitário –, a criação, por se tratar de um ato extraordinário, tem forte ligação com a intenção do autor, sendo entendida até como algo divino, fugindo do conceito de objeto de massificação, acionando um significado que vai além da própria existência humana.

Criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse “novo”, de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos (OSTROWER, 1977, p. 9).

Ao trazer esse pensamento para o contexto desse artigo, pode-se dizer que a chegada da marca LAB, braço de moda do coletivo Laboratório Fantasma³, na São Paulo Fashion Week⁴, despertou a consciência da plateia sobre o racismo estrutural ali desconstruído criativamente pelas estratégias estéticas – visualidade, sonoridade e gestualidade, métodos que se afirmam coletivamente – na estruturação de um espetáculo midiático em três atos, oferecendo ao evento e ao público uma experiência de aproximação com a realidade negra e periférica dos protagonistas do desfile (designers, modelos e músicos), sujeitos subalternizados e muitas vezes privados dos acessos sociais, provocados pelo preconceito social e racial. Nesse sentido, pode-se dizer que “o ato

³ O Laboratório Fantasma nasceu, inicialmente, para gerenciar a carreira do rapper Emicida. Com inspirações no hip-hop, o coletivo concretiza a possibilidade de conectar pessoas com propósito de transformação para o mundo. Ao unir as indústrias da música e da moda, o Laboratório Fantasma permitiu criar novos modelos de negócio, trabalhar em outros territórios de maneira mais profunda e virar referência no cenário de economia criativa. Em 2016, sua marca LAB participou da São Paulo Fashion Week e ganhou projeções que não só trouxeram questionamentos e mudanças, mas que também mexeram com as próprias estruturas do evento, provocando questionamentos e fomentando a pluralidade.

⁴ São Paulo Fashion Week (SPFW) é o maior evento de moda do Brasil e o mais importante da América Latina.

criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar” (OSTROWER, 1977, p. 9).

Formata-se, assim, um convite para reflexão sobre como a potência dos coletivos periféricos tem dado à situação de escassez econômica um sentido emancipatório, construindo ambiente de representatividade positiva para as novas gerações, inspiradas pelos discursos e práticas da negritude. “No trabalho criativo, há identificação e projeção poderosas; toda a constituição corporal e mental do criador se torna o terreno da obra” (PALLASMAA, 2011, p. 11).

Estimulada por controvérsias genuínas sempre atualizadas, a capacidade criadora do ser humano é um fator dinâmico de mudança, “[...] afetando o mundo físico, a própria condição humana e os contextos culturais” (OSTROWER, 1977, p. 10). Por sua vez, a sociedade, em sua tradição conservadora, exclui e interdita diariamente sujeitos, por sua identidade étnico-racial e condições socioeconômicas. E a moda, reflexo do comportamento em sociedade, criou o vício em observar o outro por meio da conexão com as aparências recíprocas, constituindo-se, assim, um aparelho de gerar juízo estético e social (LIPOVETSKY, 1989). Pois, tendo sido o primeiro grande dispositivo a regular aparências, estetizando e individualizando a vaidade humana, faz do superficial um instrumento de salvação e uma finalidade da existência.

Ao se observar a produção cultural de moda da marca LAB, em que a estrutura tradicional verticalizada e ditatorial da moda é desafiada para a construção de uma nova tessitura social, colocando corpos negros em lugares de poder e tomada de decisão coletiva, identifica-se a potência criativa transformadora do coletivo Laboratório Fantasma, frente ao ciclo de racismo que tem sido perpetuado nas estruturas históricas brasileiras.

As atividades artísticas tornam-se [...] escolas de criatividade. [...] o compartilhamento de certos valores culturais também leva ao reforço das ligações necessárias para a construção de procedimentos de reflexão ou de projetos comuns e ao reconhecimento dos efeitos da cultura na constituição de um capital social (GREFFE, 2015, p. 34-35).

Se é na integração do consciente, do sensível e do cultural que se baseiam os

comportamentos criativos do ser humano, parece perceptível que, no contexto urbano da cidade de São Paulo, recorte geográfico desse artigo, o deslocamento dos sujeitos periféricos – processo político de ruptura com a exclusão social e subordinação à hegemonia ainda vigente na capital paulista – encontre no vetor cultural e artístico a gênese do processo criativo, para a organização social e política dos sujeitos subalternizados.

Vale ressaltar que processo criativo está diretamente ligado aos conceitos de criatividade e de criação. Tschimmel (2003) define criatividade não como um talento, mas um potencial inerente ao ser humano. Em outras palavras, a criatividade é uma sublime dimensão da condição humana, podendo ser definida como a capacidade de se criar coisas novas ou de simplesmente resolver problemas, dos mais complexos aos mais simples, gerando ligações onde, a princípio, não existiam. A autora também reconhece a criatividade como:

Capacidade cognitiva de um sistema vivo (indivíduo, grupo, organização) de produzir novas combinações (práticas, materiais, estéticas, semânticas), dar respostas inesperadas, úteis e satisfatórias, dirigidas a uma determinada comunidade. É o resultado de um pensamento intencional, posto ao serviço da solução de problemas que não têm uma solução conhecida ou que admitem mais e melhores soluções que as já conhecidas (TSCHIMMEL, 2003, p. 2).

A criatividade, na sua ancestralidade etimológica, origina-se do latim *creo*, que expressa o fazer ou produzir algo “do nada”, o que dá ao termo um ônus filosófico-religioso, dificultando sua definição mais coerente e racionalista. Apesar do tópico criatividade existir desde o princípio da humanidade, seu conceito não tem um sentido exclusivo que o descreva.

Tradicionalmente, considerava-se que apenas pessoas tocadas pela inspiração divina ou gozando de um QI excepcional poderiam ser criativas, mas isso não é verdade, uma vez que as formas de criatividade são múltiplas e não dependem da mesma fonte. [...] a criatividade emerge da interação de três componentes: o indivíduo que dominou alguma disciplina ou campo da prática; a educação e o campo cultural em que um indivíduo está trabalhando; a política, a ideologia

e o campo social em que ele pode ter acesso a “oportunidades para desempenhar” (GREFFE, 2015, p. 44).

Na busca por entender a origem de criação, diferenciando-a de criatividade, em Aristóteles (1973) pode-se verificar o vocábulo grego *tékne*, que equivale ao termo arte, em português. Um debate estabelecido entre arte e ciência e a experiência é apresentada pelo autor:

[...] a experiência quase se parece com a ciência e a arte. Na realidade, porém, a ciência e a arte vêm aos homens por intermédio da experiência, porque a experiência [...] criou a arte, e a inexperiência, o acaso. E a arte aparece quando, de um complexo de noções experimentadas, se exprime um único juízo dos [casos] semelhantes (ARISTÓTELES, 1973, p. 211).

Verifica-se, então, que a distinção entre criação e criatividade é a capacidade de, na criação, a arte poder sempre existir como um ato solitário, sem um espectador. O ato da criação é o início de algo que pode se modificar, mas que atende aos propósitos pretendidos na sua elaboração. Já na criatividade, essa ocorrência não é factível, visto que o objeto não pode existir por si só. Caso aconteça, pode estar sujeito a se transformar num objeto de arte.

A criatividade, então, existe pelo estímulo particular de cada indivíduo e se firma como um método na criação de algo novo, para um determinado grupo, em determinado espaço e tempo. Não é um talento, mas uma capacidade inerente ao ser humano, um admirável aspecto da condição humana. Então, criatividade pode ser compreendida como:

Um complexo processo de subjetividade humana em sua simultânea condição de subjetividade individual e social, que se expressa na produção de ‘algo’ que é considerado ao mesmo tempo ‘novo’ e ‘valioso’ em um determinado campo da ação humana (MITJÁNS MARTÍNEZ, 2007, p. 28).

Ou, ainda, é a competência que admite construir e reconstruir, modificar a realidade e colaborar para a ação evolutiva da humanidade.

Criatividade é a geração de ideias, processos, produtos e/ou serviços novos (para aquele indivíduo/grupo ou naquele contexto) que possam produzir alguma contribuição valiosa para a organização e/ou para o bem-estar das pessoas que trabalham naquele contexto e que possuam elementos essenciais à sua implementação (BRUNO-FARIA, 2003, p. 117).

Sendo a criatividade um processo individual que se sustenta por meio de forças exteriores, imagens e fenômenos guiados pelo inconsciente, com base nessa ideia pode-se aceitar que todos são criativos. A alteridade reside na maior destreza com que alguns empregam o seu potencial criativo.

Sob essa perspectiva, os irmãos Emicida (Leandro Roque de Oliveira, 37 anos) e Fióti (Evandro Roque de Oliveira, 33 anos), criadores e diretores do Laboratório Fantasma, usam sua criatividade para incorporar na moda a linguagem do rap como estratégia de enfrentamento ao silenciamento de subjetividades negras, enriquecendo seus desfiles-performances com atuação política, a partir da mobilização de diversas linguagens, objetos culturais, histórias e experiências, a serem observados nas coleções de roupas da marca LAB, inspiradas em sua herança ancestral e nas ruas.

Essa criatividade, então, está ligada à aptidão dos indivíduos para pensar com imaginação ou metaforicamente, desafiar o convencional e lançar mão do simbólico e do afetivo para comunicar algo. Ela tem a capacidade de romper as convenções, os pensamentos “prontos”, para permitir que surjam visões, ideias ou produtos novos (GREFFE, 2015, p. 35).

Em sua busca sobre novas formas de interação pautadas pelo respeito, empatia, complementaridade e alteridade, os desfiles antirracistas da LAB comunicam o discurso

das subjetividades negras, tocando nas linguagens artística, verbal, política, bem como suas epistemologias e geografias, que sempre estiveram associadas a um contexto violento de marginalidade.

O potencial criador elabora-se nos múltiplos níveis do ser sensível-cultural-consciente do homem, e se faz presente nos múltiplos caminhos em que o homem procura captar e configurar as realidades da vida. Os caminhos podem cristalizar-se e as vivências podem integrar-se em formas de comunicação, em ordenações concluídas, mas a criatividade como potência se refaz sempre (OSTROWER, 1977, p. 27).

Por sua vez, o ato de criação consiste no controle entre razão e sensibilidade, a mudança da intenção em pensamento e do pensamento em ação. Cada ação resulta de um pensamento, um propósito anterior do autor. Todo esse método de mudança para a criação, por meio da sensibilidade, faz parte do grande projeto de vida do artista, que comprova conhecimento e vontade a favor da busca contínua pela consolidação de sua trajetória.

Criar não representa um relaxamento ou esvaziamento pessoal, nem uma substituição imaginativa da realidade; criar representa uma intensificação do viver, um vivenciar-se no fazer; e, em vez de substituir a realidade, é a realidade; é uma realidade nova que adquire dimensões novas pelo fato de nos articularmos, em nós e perante nós mesmos, em níveis de consciência mais elevados e complexos (OSTROWER, 1977, p. 28).

Mas o artista não atinge sozinho o seu processo de criação. A coparticipação entre criador e espectador é fundamental para que a obra progrida de uma dimensão individual. A obra só existe em conexão com o outro.

A criatividade é essencialmente um processo coletivo de participação. Essa criatividade, então, opera com base em três princípios. O primeiro é designado como a impermanência. Qualquer transformação é parte do que já existia, mas isso pode ter mais significado do que outro

elemento. [...] O segundo é um princípio da ecologia social: não avançamos apenas com a conservação de fontes de energia, mas protegendo-nos contra qualquer desequilíbrio social. O terceiro é a humildade: esse não é um princípio moral, mas, antes, uma maneira de enfrentar os requisitos de uma vida em sociedade. Isso também quer dizer que a criatividade não tolera a exclusão e a marginalização. A criatividade deveria ser um princípio que incorpora a associação de todos os membros da comunidade (GREFFE, 2015, p. 58).

Assim, pode-se concluir que coletivos artísticos, como o Laboratório Fantasma, oferecem à população negra periférica da cidade de São Paulo a possibilidade criativa de encontrar na arte e na cultura a chave conectora para organizar a narrativa cotidiana em fortalezas de alteridade fundamentadas no conhecimento, para promover a inclusão socioeconômica. Uma prática de economia criativa, portanto.

2 A gênese da economia criativa

A sociedade contemporânea é apresentada como a sociedade do conhecimento e seus avanços são pautados pelo domínio de uma informação crescente e a capacidade de mobilizá-la para responder a novos desafios. Nesse contexto, o marcador da sociedade contemporânea é a economia do conhecimento, em que parte do progresso da atividade econômica se relaciona com o movimento dos valores imateriais ou de conteúdo difundidos independentemente de sua geolocalização. Fundamentando, assim, o conceito de indústrias criativas, que leva ao entendimento da crescente economia criativa.

Assim [...] estaríamos nos distanciando de um tempo em que o desenvolvimento baseava-se na posse de matérias-primas para entrarmos em outro mercado pela mobilização de recursos intelectuais imateriais. Essa visão é tanto mais sedutora quanto, escapando ao peso das condições naturais inatas, ela promete chances iguais de desenvolvimento, sejam quais forem os países, [...] as comunidades (GREFFE, 2015, p. 9).

Há quem defenda que as indústrias criativas estão diretamente conectadas à criatividade e à propriedade intelectual do sujeito, como o *UK Government Department*

*for Digital, Culture, Media and Sport – DCMS*⁵, que trata delas como:

As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p. 5 *apud* BENDASSOLLI; CUNHA; KIRSCHBAUM; WOOD JR., 2009, p. 12).

Já o autor e pesquisador inglês sobre economia criativa John Howkins (2002, p. 119) ressalta a questão intelectual do indivíduo engajado no setor criativo, apontando que “é mais coerente restringir o termo [...] a uma indústria onde existe o trabalho intelectual”. A partir dessas colocações, pode-se dizer que as indústrias criativas têm a criatividade como recurso primordial para a formação da propriedade intelectual.

É relevante notar que a importância das artes para o desenvolvimento mostrou-se nas crises de re-estruturação enfrentadas pelos países desenvolvidos nos anos 1970, quando várias dessas nações enxergaram nas atividades artísticas e culturais a saída para reinventar os ofícios e os talentos nos espaços onde desapareciam os trabalhos habituais da era industrial. Data dessa época a valorização de equipamentos culturais para fortalecer o turismo, possibilitando, assim, melhorias em um contexto de vida deteriorado pelas crises urbanas.

O conceito de indústria criativa, que originou a economia criativa, surgiu na Austrália em 1994, quando o Primeiro-Ministro Paul Keating, em seu discurso *Creative Nation* (Nação Criativa), preocupava-se em aproveitar as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais, como forma de potencializar a economia e contribuir para o desenvolvimento do país, a partir de sua identidade cultural. Para o político, “o nível da criatividade determina a capacidade de adaptação aos novos imperativos

⁵ Departamento para Digital, Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido, que ajuda a impulsionar o crescimento, enriquecer vidas e promover a Grã-Bretanha no exterior. Ao proteger e promover seu patrimônio cultural e artístico, ajuda empresas e comunidades a crescer, investindo em inovação e divulgando a Grã-Bretanha como um lugar fantástico para se visitar; colaborando para dar ao Reino Unido uma vantagem única no cenário global, sempre buscando sucesso econômico com responsabilidade social.

econômicos. É uma exportação valiosa por si só. Atrai turistas e estudantes. [...] Essencial para o [...] sucesso econômico”.

O termo criatividade, então, ganha força e as indústrias criativas são acionadas com a chegada do New Labour Party⁶ ao poder no Reino Unido, em 1997, quando o governo de Tony Blair passa a reativar a economia britânica, destacando seu potencial estratégico e sua habilidade em gerar propriedade intelectual. Considerada a nova moeda da economia global, sinalizando, assim, a entrada definitiva da sociedade contemporânea para a era pós-industrial.

Nas indústrias culturais prevalecerá tudo o que for ligado à produção massificada de atividades e bens culturais, pressupondo, obviamente, uma sociedade em que o consumidor já tenha alcançado suas necessidades básicas, estando, então, ávido por experiências. Termo que, segundo o geógrafo Yi-Fu Tuan (1983), abrange as diferentes maneiras por meio das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade, visto que a experiência é constituída de sentimento e pensamento. Assim, experienciar é aprender, atuar sobre os dados e criar a partir deles, constituindo-se, então, em um ato criativo por excelência.

É com a organização dos serviços gerados a partir da criatividade, fomentada pela propriedade intelectual, que surge uma nova economia – a economia criativa –, versando sobre tarefas fundamentadas no conhecimento, na cultura e na arte e integrando vertentes econômicas, culturais e sociais.

O professor Richard Florida (2011) considera que, em quase todos os setores da economia, os sujeitos criativos e inovadores são a força-motriz do êxito. Para Howkins (2002), o que define a economia criativa é o talento humano como insumo, pautado pela habilidade em gerar ideias inovadoras. Sob essa perspectiva, converter propriedade intelectual em capital econômico passa a ser uma divisa valiosa e uma vantagem competitiva nas cidades contemporâneas.

As artes e as atividades culturais não são mais requisitadas apenas por visitantes ou espectadores, mas por empresas de confecções que querem melhorar a qualidade das roupas vendidas, por empresas de móveis para melhorar o design de seus produtos, [...] por prisões para

⁶ Período na história do Partido Trabalhista Britânico, de meados da década de 1990 até 2010, sob a liderança de Tony Blair e Gordon Brown.

preparar seus detentos para a reinserção social. As artes e a cultura são, então, consideradas como alavancas da criatividade econômica, social e ambiental (GREFFE, 2015, p. 11).

Sob essa perspectiva, é importante atentar para os efeitos da ação produtiva sobre tudo o que pode ser definido como cultura: conhecimento, crenças, hábitos e costumes, afetados pelas ações de mudança dos sujeitos na sociedade. Demandando atenção, também, sobre a inteligência humana como o insumo mais relevante na produção econômica, devendo-se preservar o valor imaterial de bens e serviços, encarando a diversidade como a grande riqueza para indivíduos e sociedades. Preservar a diversidade, então, é fundamental para o desenvolvimento sustentável das gerações contemporâneas e futuras.

Assim, a questão central que movimenta essa nova rede econômica, pautada pelo intelecto como seu insumo principal, passa a ser a inclusão dos indivíduos no processo de valorização do humano frente ao capital. Ou seja, o grande diferencial da economia criativa é a promoção do desenvolvimento sustentável e humano e não o mero crescimento econômico. Ao trabalhar-se com criatividade e cultura, opera-se, portanto, para a inclusão de segmentos periféricos da população mundial.

No ecossistema da economia criativa, o sucesso produtivo vai além do lucro. O valor de um bem ou serviço cultural é mensurado por sua legitimidade e sentido de inovação, sendo a livre expressão de seu autor o que garante caráter de unicidade.

Quando hoje se fala de economia criativa, não se quer dizer que a economia torna-se repentinamente criativa, mas que formas originais de criatividade assumem um lugar importante e poderiam garantir um futuro desenvolvimento. Essas formas residem no crescente papel de fatores imateriais na produção (conhecimento, organização), da demanda de experiência dos consumidores, da importância dos produtos de conteúdo em diferentes mercados (GREFFE, 2015, p. 17).

Nesse contexto, o Laboratório Fantasma pode ser considerado protagonista dentro da economia criativa negra brasileira, pois vem se consolidando como um dos negócios mais bem-sucedidos do hip-hop nacional. Garantindo inclusão financeira e protagonismo

racial para seus colaboradores e seguidores, reconfigurando as indústrias de moda e música, assim como o próprio papel do artista, o rapper – empresário da cultura que expressa seus interesses mercadológicos e faz de sua potência criativa canal de elucidação de questões sobre os efeitos das alterações sociais e econômicas no Brasil, colocando sua produção artística como instrumento de diálogo com a atualidade.

No lugar de esperar que produtores culturais do “centro” valorizassem e colocassem no mercado suas produções, os artistas periféricos viraram produtores de si mesmos: produzem e vendem livros, organizam saraus e outros eventos para difundir suas obras. Também criam empreendimentos que produzem riqueza, material e simbólica, para e na periferia [...] (TOMMASI, 2013, p. 16).

A partir da agência dos criativos das cidades, organizados em coletivos, que se constituem provedores do capital intelectual e potência influente das novas atividades econômicas urbanas, pode-se concluir que intelecto, cultura e economia formam o tripé da rentabilidade financeira do século XXI, migrando da lógica dos recursos escassos para a lógica da inteligência humana.

Assim, a promoção de um novo ciclo de desenvolvimento, pautado pela diminuição das desigualdades e pela inclusão socioeconômica, contribui para a almejada reconfiguração da pirâmide social, tornando-se um dos fatores determinantes para a expansão de consumo e produção na periferia, importante área para a compreensão de São Paulo como uma cidade criativa.

3 Mas afinal, o que é a cidade criativa?

A cidade é, em sua diversidade de lugares, um espaço de concentração de indivíduos, conhecimentos e atividades. Assim sendo, ela contém o privilégio de disponibilizar não somente soluções prováveis, palpáveis ou imateriais, mas também capacidades de ações colaborativas multidisciplinares, constituindo-se território de produção e acesso a bens culturais.

No contexto das cidades, é por meio da partilha de valores culturais que se estabelece a potência necessária para a estruturação de métodos de reflexão ou de propostas coletivas, pautados pela criatividade, que levam à identificação dos impactos da própria cultura na elaboração de um capital social.

Essa criatividade, então, está conectada à habilidade das pessoas em enfrentar o estabelecido e fazer uso do simbólico e do afetivo para difundir suas ideias, gerando um ambiente propício para a formação de uma cidade e de uma economia criativas estruturadas no campo cultural.

Sob essa perspectiva, entende-se “a criatividade como imperativo econômico [...] evidente com a ascensão de uma nova classe”, que Richard Florida (2011) chama de classe criativa, formada por: “[...] indivíduos das ciências, das engenharias, da arquitetura e do design, educação, artes plásticas, música e entretenimento, cuja função econômica é criar novas ideias, tecnologias e/ ou novos conteúdos criativos” (FLORIDA, 2011).

A classe criativa é a classe normativa desta era. Seus princípios, porém, são muito diferentes: individualidade, liberdade de expressão e abertura à diferença são privilegiadas em detrimento de homogeneidade, conformismo e adequação, que definiram a era organizacional (FLORIDA, 2011, p. 9-10).

Ou seja, a classe criativa é constituída por pessoas que geram valor econômico por meio de sua criatividade. Enquanto, tradicionalmente, mede-se o capital humano baseado em níveis de escolaridade ou grau de formação, a teoria da classe criativa utiliza medidas fundamentadas em funções e talentos legítimos dos indivíduos. A “teoria do capital criativo” de Richard Florida (2011) baseia-se na trilogia dos três Ts (tecnologia, talento e tolerância) e se refere à preferência das pessoas criativas por lugares diversos, tolerantes e abertos a novas ideias.

As cidades são o habitat natural da classe criativa e isso contribui de diversas formas para torná-las mais competitivas e atraentes. Assim, as cidades precisam se voltar para o desenvolvimento de estratégias que as tornem melhores cidades para trabalhar, se divertir e residir, ou seja, para viver.

As cidades (sociedades, culturas) em que vivemos estão, como nós mesmos, mudando continuamente. Elas são cidades para serem refletidas, questionadas, mudadas. São cidades com as quais nos envolvemos (CALDEIRA, 2000, p. 20).

Ao se tornarem sinônimos de partilha de interesses e aspirações, as cidades acabam por constituir-se como espaços de conhecimento, condição determinante para garantir o crescimento sustentável de uma região. Portanto, atrair, reter e desenvolver pessoas que gerem conhecimento e inovação por meio de sua criatividade, torna-se

privilégio competitivo para as cidades e traço fundamental da economia, gerando impactos em novos negócios.

O modelo de desenvolvimento econômico de cidades criativas, onde o ingrediente chave para o desempenho econômico é a inovação, se concentra na *atração de talentos criativos* e utiliza políticas de aumento da qualidade do lugar e amenidades como artes e cultura (DEPINÉ, 2018).

Pode-se concluir então que quando uma cidade reúne a competência e o capital humano disponíveis a seu favor, gerando um ecossistema de inovação fundamentado por um processo salutar de abertura de serviços e novos modos de atuação com base na inclusão, ela se torna uma cidade criativa.

Se o que confere à cidade o status de criativa é, entre outros fatores, a promoção de um novo ciclo de desenvolvimento pautado pela diminuição das desigualdades e pela inclusão socioeconômica, torna-se urgente a adoção de políticas públicas que expandam a autonomia para as periferias da cidade.

Como ensina Charles Landry, conhecido por popularizar o conceito de cidade criativa, em seu livro *Origens e futuros da cidade criativa* (2013), “a cidade enfrenta uma crise crescente que não pode ser resolvida por uma atitude de conformidade”, sendo necessário abraçar o desafio de conviver com sua grande diversidade, repensando seu papel e finalidade para sobreviver em termos econômicos, culturais e sociais e administrar a crescente complexidade.

Ou ainda, como alerta Raquel Rolnik (2022):

A cidade se reinventa a partir de sua trajetória, de seu legado. Legado das condições materiais da vida, mas também das culturas do viver que construíram o lugar. [...] na maior parte da cidade, economias populares construíram a cidade enquanto já a estavam habitando, e o fizeram com seus meios, recursos e próprios repertórios. O legado também é político: o processo de produção da cidade, sua gestão e a criação do seu imaginário de futuro estão em permanente disputa: pelo lugar de hoje e pela perspectiva de amanhã. (ROLNIK, 2022, p.103)

Por seus fluxos, contradições e convergência de culturas, a cidade criativa é um projeto em constante construção.

4 A dimensão simbólica da vida social

Para melhor conduzir a organização desse pensamento, faz-se determinante a definição de cultura como um conceito central da antropologia.

A vertente de cultura como dimensão simbólica da vida social que orienta esse artigo está presente no livro *A Interpretação das Culturas*, de Clifford Geertz (1989), que define cultura como “um sistema de símbolos e significados”, desenhando o ser humano como amarrado a suas teias. Segundo Geertz (1989, p.36), “somos animais incompletos e inacabados que nos completamos e acabamos através da cultura”. A cultura abrange assim a organização da experiência e da existência humana por meios simbólicos, valores e significados; significados estes indeterminados a partir de propriedades biológicas e físicas.

Cultura em sua compreensão antropológica trata sobre a dimensão simbólica da realidade, da capacidade humana de simbolizar e de atribuir significado ao mundo ao seu redor.

Caso houvesse vida social humana sem dimensão simbólica, a cultura seria determinada geneticamente, como acontece entre os animais. Como defende Clifford Geertz (1973), nascemos com a capacidade de vivermos mil vidas ou qualquer vida, mas só nos constituímos como seres humanos com o auxílio de uma cultura específica e particular (BARBOSA, 2018, p. 67-68).

Aqui faz-se necessário uma breve explicação sobre a habilidade humana de simbolizar e de atribuir sentido em que se constitui a cultura, ou seja, a aptidão para classificar, ordenar e instituir os domínios da experiência humana, contrapondo-se ao caos, na formação de um mundo inteligível.

Entretanto, classificar não é o todo da dimensão simbólica. Se assim fosse, para nos comunicarmos com outras culturas bastaria termos um catálogo de seus sistemas classificatórios e segui-los à risca em nossas relações com outros universos simbólicos. Na vida social, é necessário mais, precisamos de outro procedimento cognitivo importante: interpretar.

Como o significado conferido ao mundo e às coisas não é imutável, mas frequentemente relacional por conta do contexto em que as ações e as coisas acontecem, assim também é com a cultura, que guarda semelhanças com a língua, organizada por símbolos e redes de significados. Porém, a cultura, além dos signos linguísticos, utiliza objetos, fatos e atividades para comunicar e representar – vestuários, móveis, comidas, entre outros –, revelando o valor da cultura material, pois, por meio dela, pode-se ler, metaforicamente, o que está sendo dito em produtos, serviços, atos das pessoas, despertando modos de ação e reação. Ou seja, a cultura material objetifica as lógicas, os valores e as classificações que existem apenas no mundo simbolicamente constituído.

[...] cultura não é apenas filmes e óperas e artes visuais: cultura é também transporte público limpo, digno e frequente, conduzido por pessoas que sabem estar prestando um serviço público essencial, e não um favor, a outras pessoas que lhe são iguais e não inferiores; cultura é também ônibus que se detêm junto ao meio-fio das calçadas nos pontos de parada de modo a que as pessoas não tenham dificuldade física de acesso aos veículos. Em outras palavras, cultura é também, [...] como sugere Néstor Canclini, cidadãos organizados em rede e participando daquilo que é oferecido (COELHO, 2008, p. 66).

É essa dimensão simbólica da realidade que define cultura, uma ciência transmitida e aprendida, e não geneticamente herdada, que para além de organizar o mundo ao redor, também forma a subjetividade, revelando a interioridade, a singularidade de cada pessoa, sua experiência vivida, a constituição de sua individualidade, que por sua vez é produzida em contextos históricos, políticos e sociais específicos, tornando cada pessoa, ao mesmo tempo, um ser individual e social.

Para Homi Bhabha, importante teórico e crítico que contribui para a compreensão da cultura em contextos pós-coloniais, cultura não é conjunto fixo de valores e práticas, mas sim processo dinâmico de interação e transformação, sendo formada por uma série de influências cruzadas, em que diferentes elementos e práticas se encontram, se misturam e se transformam, enfatizando a importância do conceito de "híbrido" para seu melhor entendimento. Bhabha sugere que as culturas colonizadas não são simplesmente passivas e receptivas às influências coloniais, mas também produzem novas formas

culturais que são híbridas, incorporando elementos tanto da cultura colonizadora quanto da cultura colonizada. No hibridismo cultural:

A cultura como estratégia de sobrevivência é tanto transnacional como tradutória [...]. A cultura é tradutória porque essas histórias espaciais de deslocamento – agora acompanhadas pelas ambições territoriais das tecnologias ‘globais’ da mídia – tornam a questão de como a cultura significa, ou o que é significado por cultura, um assunto bastante complexo. [...] A dimensão transnacional da transformação cultural – migração, diáspora, deslocamento, relocação – torna o processo de tradução cultural uma forma complexa de significação. O discurso natural(izado), unificador, da “nação”, dos “povos” ou da tradição “popular” autêntica, [...] não pode ter referências imediatas. A grande, embora desestabilizadora, vantagem dessa posição é que ela nos torna progressivamente conscientes da construção da cultura e da invenção da tradição (BHABHA, p. 1998, p. 241).

Por exemplo, ao se tratar da construção e afirmação das identidades culturais negras no Brasil – ou em outros países em situação equivalente de colonização –, torna-se impossível ignorar-se a diáspora enquanto marcador fundamental dessas identidades.

[...] A produção cultural negra, na contingência da diáspora, a todo momento esteve empenhada em inventar e fundar seus próprios referenciais, sua ideia de pertencimento e até mesmo sua noção de origem e ancestralidade com o objetivo de garantir a continuidade de suas memórias e existências. [...] Na cultura popular negra, em termos etnográficos, não existem formas puras. Todas essas formas são sempre o produto de sincronizações parciais, de engajamentos que atravessam fronteiras culturais, de confluências de mais de uma tradição cultural. Na formação da identidade cultural negra em diáspora, ancestralidade e inovação são dimensões complementares (SOUTO, 2020, p.139).

Para melhor compreensão do evento da diáspora a partir da interrupção provocada pelo regime colonial escravocrata e suas sequelas em relação à produção de cultura, observa-se a noção de “organização do acontecimento” utilizada pelo sociólogo brasileiro Muniz Sodré.

Para Sodré, o acontecimento contém a ideia do trauma (da separação causada pela escravidão e conseguinte desterritorialização imposta pelo imperialismo europeu sobre o

continente africano) e da restauração (a manutenção do conceito de origem). Já a organização é sobre a persistência das marcas do acontecimento por meio da somatória de coletivismos (uma visão concisa das memórias individuais), de presenteísmo (a reprodução da origem de acordo com o contexto do presente) e de espacialidade (as traduções situadas em um território específico), implicando em uma memória grupal onde a potência do acontecimento é transformada em temporalidade (SODRÉ, 2017, p.91-92).

A cultura, então, se revela em movimentos e sua constante atualização para a compreensão do ser humano tem potencializado a descoberta da pluralidade como valor digno de ser defendido e anunciado, influenciando inclusive produtos culturais e até mesmo política cultural – “firmada na hipótese da centralidade da cultura para as políticas públicas e que trate de encontrar soluções culturais criativas para a vida em comum na cidade” (COELHO, 2008, p. 9) – e das instituições, impulsionando a chamada economia da cultura, que:

[...] se refere ao uso da lógica econômica e de sua metodologia no campo cultural. A economia passa assim a ser instrumental, emprestando seus alicerces de planejamento, eficiência, eficácia, estudo do comportamento humano e dos agentes do mercado para reforçar a coerência e a consecução dos objetivos traçados pela política pública. A economia não é normativa, não julga a legitimidade da política pública e não se propõe a definir quais seriam seus objetivos, mas se coloca a serviço da cultura para garantir que estes sejam atingidos (REIS, 2006, p. 23).

Como assinala ainda Teixeira Coelho, a cidade é a unidade essencial da construção humana, individual e social. Assim, qualquer política cultural deve existir “a partir da cidade e para ela estar voltada”, o que concede à gestão cultural um papel estratégico, baseado, essencialmente, na relação entre a cidade e seu ciclo de desenvolvimento próprio.

O ponto de partida de qualquer política cultural urbana deve ser a diversidade cultural – como um princípio fundamental de todas as sociedades urbanas. Mas o que é política cultural? Uma resposta é oferecida pela Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura:



REVISTA BELAS ARTES

Volume 42, Número 2
Maio - Agosto / 2023

ISSN: 2176-6479

Políticas culturais diz respeito àquelas políticas relacionadas com cultura, seja em nível local, regional, nacional ou internacional, que são, ou focadas na cultura como tal, ou designadas para ter um efeito direto em manifestações culturais de indivíduos, comunidades ou sociedades, incluindo a criação, produção, disseminação, distribuição e acesso a atividades, bens e serviços culturais (UNESCO, 2003).

Visto que atividades culturais são potencialmente eficazes em combater muitos dos desafios sociais que as cidades enfrentam e aliadas nas diversas maneiras de relacionamento do cidadão com sua comunidade, o planejamento da cultura constitui-se de extrema importância para a juventude em vulnerabilidade social nas áreas onde crime e pobreza são endêmicos.

Um plano de cultura não é um transplante de coração [...], mas um vigoroso exercício cardíaco. É uma maneira menos arriscada de fazer o coração de sua cidade pulsar. Os benefícios podem ser numerosos, incluindo um fortalecimento econômico e uma nova maneira de tratar problemas sociais e econômicos em comunidades marginalizadas (DAVIES, 2008, p. 77).

Pode-se concluir então que é sob essas condições que os Pontos de Cultura – ações do Programa Cultura Viva, a grande marca do governo Lula (2003-2010) – se afirmam como estratégicos no projeto de fortalecimento econômico de comunidades periféricas das cidades e do Brasil profundo a partir da concepção de cultura como a própria condição de existência dos seres humanos, contexto no qual ocorrem acontecimentos sociais, transmitem-se comportamentos, constroem-se conhecimentos e se configuram instituições.

5 Cultura como projeto de equidade

No sentido de embasar o raciocínio a seguir, faz-se necessário trazer a abordagem do conceito de identidade como apresentado por Stuart Hall em seu livro *A Identidade Cultural da Pós-modernidade* (1997), em que afirma que a “identidade [...] costura [...] o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles

habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis”.

A afirmação da identidade e a marcação da diferença implicam, sempre, as operações de incluir e de excluir. [...] Dizer "o que somos" significa também dizer "o que não somos". A identidade e a diferença se traduzem, assim, em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence, sobre quem está incluído e quem está excluído. Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre "nós" e "eles". Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder (SILVA, 2000, p. 75).

Sob essa perspectiva, pode-se entender a identidade sob a ótica de uma discussão simbólica porque de reconhecimento dos sujeitos em suas estruturas culturais, mas também sob o ponto de vista de uma discussão material, porque se consolida num cenário econômico de redistribuição de renda, fator fundamental para o resgate dos sujeitos subalternizados que vivem em situação de abandono material, garantindo assim o usufruto com dignidade de seu direito às cidades e aos equipamentos públicos.

Neste processo de valorização seletiva do território urbano promovido pelo capital, economias de certas parcelas acarretam deseconomias de outras. Atividades econômicas são estimuladas de modo discriminatório em termos sociais, através de procedimentos que promovem privilégios, desigualdades e marginalizações. (PALLAMIN, 2000, p. 34-35)

Assim sendo, a discussão sobre redistribuição simbólica, cultural e econômica para sujeitos condicionados às margens dos centros urbanos, torna-se mais que pertinente. É nesse cenário que os Pontos de Cultura se fortaleceram para concretização de um almejado projeto de equidade.

Os Pontos de Cultura trouxeram em sua essência a concepção ampliada da cultura, já que sua principal característica era não possuir um modelo singular, nem de equipamentos físicos, nem de agenda ou de ações, permitindo o avanço das culturas por intermédio de seus principais atores: as comunidades.

Foi exatamente essa multiplicidade que apoiava e potencializava outras ações não limitadas somente às linguagens artísticas, que fez acontecer o grande estímulo para a diversidade cultural do país, por muito tempo invisível no contexto das políticas culturais, como bem descreve Célio Turino⁷:

Mais que a construção de prédios ou a simples transferência de recursos para organizações culturais, o objetivo é intensificar a interação entre os sujeitos e seu meio, dando sentido educativo à política pública e promovendo o desenvolvimento a partir da apropriação coletiva de conceitos e teoria. Um programa [...] que tem por princípio o compartilhamento de ideias e valores. Compartilhamento que ocorre pela partilha do sensível, trazendo um forte componente de encantamento e magia, potência e afeto. No discurso de posse do ministro Gilberto Gil (janeiro de 2003) este desejo já se fazia presente: “...clarear caminhos, abrir clareiras, estimular, abrigar. Fazer uma espécie de ‘do-in’ antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do país [...]. Será [...] o espaço da abertura para a criatividade popular e para as novas linguagens” (TURINO, 2009, p. 86-87).

Até então, as políticas públicas culturais priorizavam especificamente a alta-cultura e o folclore como as principais manifestações da cultura brasileira. A partir da gestão do Ministro Gilberto Gil é que ocorreram alterações na forma de se fazer política pública cultural no país.

Definimos que a ação do MinC se daria a partir de um conceito com três dimensões articuladas: cultura como usina de símbolos, cultura como direito e cidadania, cultura como economia. Este programa se inclui na primeira e na terceira dimensões, mas diz respeito sobretudo à segunda. Os Pontos de Cultura são intervenções agudas nas profundezas do Brasil urbano e rural, para despertar, estimular e projetar o que há de singular e mais positivo nas comunidades, nas periferias, nos quilombos, nas aldeias: a cultura local⁸ (GIL, 2004).

⁷ Célio Turino é escritor, graduado em Ciências Sociais e Mestre em História. Foi Secretário Municipal de Cultura de Campinas/SP, Diretor do Departamento de Programas de Lazer na Secretaria de Esportes, durante a gestão de Marta Suplicy, e Secretário da Secretaria de Cidadania Cultural/ MinC (2004 - 2010), período que trabalhou com o Ministro Gilberto Gil.

⁸ Ministro da Cultura, Gilberto Gil, sobre o Programa Nacional Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva, durante encontro com artistas em Berlim. In: <<http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/2004/09/02/ministro-da-cultura-gilberto-gil-sobre-o-programa-nacional-cultura-educacao-e-cidadania-cultura-viva-durante-encontro-com-artistas-em-berlim/index.html>>. Acesso em: 2.jun.2022.

Ao potencializar as culturas locais existentes, tornando-as mais próximas de uma produção “artesanal” do que “industrial”, os Pontos de Cultura fizeram com que estes grupos se apropriassem cada vez mais dos espaços públicos como protagonistas na proteção e promoção da diversidade.

Aqui faz-se importante reforçar a definição de cultura elaborada pelo antropólogo Clifford Geertz (1989), para quem a cultura compõe um sistema entrelaçado de símbolos compartilhados pelos atores sociais, por meio dos quais eles se comunicam, desenvolvem seu conhecimento e encontram sentido nos acontecimentos e nas atividades em relação à vida.

Para Geertz, a cultura é uma teia de significados tecida pelo ser humano e é essa teia que orienta a existência humana. Trata-se de um sistema de símbolos que interage com os sistemas de símbolos de cada indivíduo numa interação recíproca. Geertz define símbolo como qualquer ato, objeto, acontecimento ou relação que representa um significado. Assim, compreender o ser humano e a cultura é interpretar essa teia de significados.

Ainda segundo ele, a cultura é a própria condição de existência dos seres humanos, produto das ações por um processo contínuo, através do qual, os indivíduos dão sentido à suas ações. Ela ocorre na mediação das relações dos indivíduos, na produção de sentidos e significados.

A cultura é, portanto, o contexto no qual ocorrem os acontecimentos sociais. É dentro desse contexto que pessoas interagem, convivem e compartilham significados. Os significados são públicos, assim como a cultura, dentro da qual os acontecimentos podem ser descritos de forma inteligível.

O aspecto que aqui se faz relevante é a natureza de aprendizado da cultura, o processo de socialização e significação por meio do qual os sujeitos elaboram seu comportamento, exercitam a criatividade e desenvolvem sua capacidade artística e profissional, oferecendo elementos para que possam apropriar-se de sua história, ter consciência de seu passado e projetar o futuro.

Sob essas diretrizes, pode-se entender a criação cultural como um direito dos cidadãos e ao ser considerada trabalho, oportuniza a hipótese de mudança e alteração nos modelos de circulação de bens e de distribuição de riquezas.

O aumento do consumo e os benefícios advindos de programas sociais do governo Lula (2003-2010) tiveram reflexos nos bairros periféricos: os problemas sociais continuavam existindo, mas a sensação de prosperidade estimularam, por exemplo, na cena musical do hip-hop, a ideia de que para além de falar das questões sociais, era a hora de valorizar as novas conquistas.

É nesse contexto que surge Emicida, nascido Leandro Roque de Oliveira. Influenciado pelas histórias em quadrinhos da infância somado ao seu interesse pela literatura de Mário Quintana e Fernando Pessoa, além das vivências nas ruas da periferia da cidade de São Paulo, Leandro, inspirado pelas músicas que escutava, passou a escrever versos que viraram rap, iniciativa fundante do que se tornaria o Laboratório Fantasma, coletivo de música, moda (LAB) e audiovisual fundado em sociedade com seu irmão Evandro Fióti, que por meio de sua veia artística se fortalece como plataforma de ativismo e profissionalização de sujeitos na periferia, no que se refere à produção cultural.

A LAB é o sonho de todos os nossos ancestrais, do ponto de vista de conseguir ter uma estrutura para viabilizar [...] criatividade, [...] arte, [...] fazer bem pra sociedade e fazer com que tudo de positivo, inclusive financeiro, [...], consiga oxigenar a vida de todas as pessoas. Quando eu olho pra isso, sei que é uma grande missão, mas eu sou grato por ter tido esse berço que me deu a consciência [...] da importância dessa tecnologia ancestral que é a arte, [...] a cultura negra, que a gente tem muito respeito pela potência, porque foi ela que nos trouxe até aqui. É o que a gente vem buscando fazer e construir com a LAB desde o princípio, individual e coletivamente. Acho que realmente a nossa geração pôde colher de um momento de um Brasil frutífero, de um mundo e um momento positivo politicamente falando, onde a gente teve tecnologia e o acesso fez com que a gente pudesse se conectar inclusive com o movimento afrodiaspórico do mundo inteiro, [...] com todo o movimento de ascensão da música pop norte-americana, se referenciar nesses modelos de negócio e adaptar isso pra nossa realidade. Infelizmente, ainda estamos nesse território de disputa, de aniquilamento da nossa cultura e de nossas individualidades. Então eu vejo que por mais que tenha tido a ascensão da LAB, é preciso que surjam mais LABs, que surjam novas iniciativas para que a gente consiga de verdade construir uma sociedade menos violenta, menos preconceituosa e menos desigual. Esse é o nosso papel com a arte de uma maneira geral.⁹ (FIÓTI, 2022)

⁹ Entrevista ao canal HipHopDX Brasil. In: <<https://youtu.be/x0s25RDREKQ>>. Acesso em: 2.abril.2022.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse ponto, faz-se necessário mencionar a ideia de cultura e trabalho concebida por Paulo Freire, como forma de conectar todas as conceituações até aqui apresentadas sob a ideia inicial de entendimento das ações políticas na concretização de um almejado projeto de equidade:

Cultura é todo o resultado da atividade humana, do esforço criador e recriador do homem, de seu trabalho por transformar e estabelecer relações de diálogo com outros homens. A cultura é também aquisição sistemática da experiência humana, mas uma aquisição crítica e criadora, e não uma justaposição de informações armazenadas na inteligência ou na memória e não "incorporadas" no ser total e na vida plena do homem (FREIRE, 1979, p. 21).

Sob esse contexto, pode-se afirmar que as estratégias estéticas – visualidade, sonoridade e gestualidade – presentes nos desfiles da LAB comunicam as conquistas da negritude e acionam uma estratégia de deslocamento – que “desarticula as identidades estáveis do passado, mas também abre a possibilidade de novas articulações: a criação de novas identidades, a produção de novos sujeitos” (HALL, 2006, p.17-18).

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação as formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. [...] à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 12-13).

Assim, ao estimular reflexões sobre novos usos e interpretações de símbolos da cultura negra, conclui-se que os desfiles da LAB permitem a elaboração de novas redes intelectuais de conhecimento etnográfico, reverberando em configurações atualizadas de identidade e pertencimento, fortalecendo a formatação de uma economia criativa na moda brasileira pautada nos valores da negritude que habita as periferias da cidade de São Paulo.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *Metafísica*. São Paulo: Editora Abril, 1973.

BARBOSA, Livia. “Dilemas e tensões no conceito de cultura”. In: MARCHIORI, Marlene (org.). *Comunicação em interface com cultura*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2018.

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Ed. UFMG: Belo Horizonte, 1998.

BOURRIAUD, Nicolas. *Estética relacional*. Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRUNO-FARIA, Maria de Fátima. “Criatividade, inovação e mudança organizacional”. In: LIMA, Suzana Maria Valle (org.). *Mudança Organizacional: teoria e gestão*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. Tradução: Frank de Oliveira e Henrique Monteiro. São Paulo: Editora 34; Edusp, 2000.

COELHO, Teixeira. “Uma nova gestão cultural da cidade”. In: COELHO, T. (org.). *A cultura pela cidade*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DAVIES, Rita. “A cultura é o futuro das cidades”. In: COELHO, José Teixeira Netto (org.). *A Cultura pela Cidade*. São Paulo: Iluminuras, 2008, p. 71

DEPINÉ, Ágatha. *Classe criativa: como e por que atrai-la à cidade?* VIA - Estação Conhecimento, 2018. Disponível em: <<https://via.ufsc.br/classe-criativa-atrai-la-cidade/>>. Acesso em: 25 out. 2022.

FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa...e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano..* São Paulo: L&PM Editores, 2011.

FREIRE, Paulo. *Conscientização: teoria e prática da libertação: uma introdução ao pensamento de Paulo Freire*. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. São Paulo: LTC, 1989.



REVISTA BELAS ARTES

Volume 42, Número 2
Maio - Agosto / 2023

ISSN: 2176-6479

GREFFE, Xavier. *A economia artisticamente criativa*. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2015. 192 p.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro : DP&A, 2006.

HOWKINS, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Londres: Penguin Global, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora Schwarcz, 1989. 294 p.

MATHIAS, José Ronaldo Alonso. “Estética da alteridade e resistência artística na periferia da metrópole”. *REGIT: Revista de Estudos de Gestão, Informação e Tecnologia*. São Paulo, v. 13, nº 1, p. 98-114, jun., 2020. Disponível em: <http://www.revista.fatecitaqua.edu.br/index.php/regit/article/view/REGIT13-A8>.

Acesso em: 7 nov. 2022.

MITJÁNS MARTÍNEZ, Albertina. *Criatividade, Personalidade e Educação*. 3. ed. Brasília: Editora Papirus, 2007.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e Processos de Criação*. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

PALLAMIN, Vera M. *Arte Urbana. São Paulo: Região Central (1945 - 1998): obras de caráter temporário e permanente*. São Paulo : Fapesp, 2000.

PALLASMAA, Juhani. *Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos*. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura*. Barueri: Manole, 2007.

ROLNIK, Raquel. *São Paulo: O planejamento da desigualdade*. São Paulo : Editora Fósforo, 2022.

SILVA, Tomaz Tadeu. “A produção social da identidade e da diferença”. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org. e trad.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

SODRÉ, Muniz. “Filosofia a toque de atabaques”. In: *Pensar Nagô*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. p: 88-170

SOUTO, Stéfane. “Aquilombar-se: Insurgências negras na gestão cultural contemporânea”. *Revista Metamorfose*, vol. 4, nº 4, p. 133-144. 2020. Salvador: Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, 2020.

TSCHIMMEL, Katja. *O Pensamento Criativo em Design*: reflexões acerca da formação do designer. In: *Catálogo do Congresso Internacional de Design USE*, 2003.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e Lugar: A Perspectiva da Experiência*. Tradução: Livia de Oliveira. São Paulo: DIFEL, 1983.

TURINO, Célio. *Ponto de Cultura: o Brasil de baixo para cima*. São Paulo: Editora Anita Garibaldi, 2009.