

Eu sou da paz e do amor, mas sei tocar o terror¹: análise da Economia Criativa frente ao rock na cidade de Ponta Grossa/PR

Daiani Martins Machado²

João Irineu de Resende Miranda³

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende mostrar que a cena musical do rock, pode contribuir não apenas para a cultura como também para a economia da cidade de Ponta Grossa, Paraná. Isso poderá ser feito utilizando determinados aspectos da Economia Criativa, especificamente a propriedade intelectual. À vista disso, será apresentada a conceituação de Economia Criativa, a fim de adentrar na discussão sobre direitos autorais e marcas e como isso poderia ser utilizado pelos artistas locais. A cena musical do rock foi escolhida em decorrência da proximidade dos autores com este cenário, bem como a relevância do estilo na cidade, haja vista a promoção de projetos voltados para o público como o Sexta às Seis.. Apresenta-se que o rock na cidade de Ponta Grossa pode contribuir para a economia local fazendo uso da propriedade intelectual, a qual gera ativos intangíveis – no caso a música – e é capaz de promover o desenvolvimento social, cultural e econômico de uma localidade.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

- Analisar os tipos de propriedade intelectual integrantes da Economia Criativa que podem ser utilizados pelos artistas do rock na cidade de Ponta Grossa.

1 Trecho da música “Tocando o Terror” da banda ponta-grossense Cadillac Dinossauros.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG

3 Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG

Objetivos específicos:

- Conceituar Economia Criativa e seus elementos principais;
- Conceituar marcas e direitos autorais – tipos de propriedade intelectual, bem como sua relevância para a Economia Criativa
- Lincar os conceitos com a prática da cena musical do rock na cidade de Ponta Grossa/PR

REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Para a realização do presente trabalho, foi feita revisão de literatura, com o intuito de congregiar os conceitos relacionados com a temática, posteriormente fundamentados e aprofundados com os autores relevantes, como o renomado pesquisador inglês John Howkins. Ainda, foi feita pesquisa documental indireta para ampliar os conhecimentos sobre o assunto e coletar dados importantes, tendo em conta que este tipo de pesquisa dá acesso a tudo o que foi discutido, documentado ou filmado sobre o tema em questão (LAKATOS, MARCONI, 2003). Desta forma, foram coletados dados através de documentos da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) bem como material disponibilizado pela Fundação Municipal de Cultura de Ponta Grossa.

RESULTADOS

A criatividade move o mundo. O ser humano é criativo em sua essência, desde as formas que encontrou para sobreviver aos tempos até tudo que conquistou com tecnologias e inovação. A criatividade é um talento, uma capacidade, uma aptidão, seja para produzir algo completamente novo ou para dar uma outra visão ao que já existe (HOWKINS, 2013). E três são as condições básicas para a criatividade: personalidade (existência de, ao menos, um

indivíduo no processo criativo), originalidade (algo novo ou retrabalhado) e significado (realização de algo com identidade/significativa) (HOWKINS, 2013). Nota-se, assim, que a música pode ser considerada como algo criativo, dotada de personalidade, originalidade e significado. E mais precisamente o rock, desde o seu surgimento em 1950, é um fenômeno extremamente criativo e que vai além do próprio estilo musical.

A expressão “*rock and roll*” se associa a ideia de nada pode ficar parado, o estático se coloca em movimento, porém não apenas com a ideia de mover o corpo, mas também a mente e a sociedade. Assim, o rock se apresenta como rebeldia, mas também como modismo, como fuga da realidade, e também como manifestação mercantil e cultural; como fenômeno que constrói o indivíduo que nele vê pertencimento, sendo uma perspectiva de relevância no desenvolvimento social (BERAS, 2015). Compreendido dessa maneira, o rock pode trazer vantagens não apenas para aqueles que participam efetivamente da cena, mas também para toda a comunidade em si, gerando sociabilização, movimentos culturais variados e, também, movimentando a economia. O rock como música e estilo de vida é faz parte da Economia Criativa, lhe conferindo relevância para além do cenário exclusivamente musical, e isso pode ser observado em Ponta Grossa.

Com mais de 330 mil habitantes, a cidade de Ponta Grossa, Paraná, é conhecida por seus atrativos culturais e pelas manifestações culturais, atraindo não apenas turistas, mas também seus próprios cidadãos, que encontram no município meios de lazer e entretenimento. Entre os eventos gratuitos e que atraem muitas pessoas, contribuindo para a cena, está o projeto Sexta às Seis, que começou em 1989, teve algumas mudanças, mas continua até hoje.

Segundo dados fornecidos pela Fundação Municipal de Cultura⁴, foram inscritas 244 bandas locais entre as edições de 2014 a 2019, sendo que destas, 104 se apresentaram no evento, o qual aconteceu em 79 sextas-feiras com 181 shows – majoritariamente do estilo *rock and roll*. Em igual período, a prefeitura municipal pagou R\$ 116.000,00 em prêmios aos músicos. Além do Sexta às Seis, a cidade conta o “Festival de Música”, projetos da iniciativa privada como o “Palco B” e o “Antes que o Mundo Acabe”, e espaços que atraem o público pelo ambiente e música como o Phono Pub, Baviera, CBGBar e Mercenários GastroBar. Desta forma, Ponta Grossa possui atores, público e demanda para atuar na Economia Criativa.

Compreende-se por Economia Criativa aquela em que a criatividade é central para a produção de riquezas e geração de valor, nos quais os produtos são, em sua maioria, intangíveis, com rápida disseminação de inovações e elevada cooperação de conhecimentos (HOWKINS, 2013). Assim, A Economia Criativa conceitua-se como “o conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, que fazem uso intensivo do talento criativo incorporando técnicas e/ou tecnologias e agregando valor ao capital intelectual e cultural” (SECULT, 2019, p. 9). John Howkins (2013) desenvolveu uma equação criativa para compreender o termo, na qual EC (Economia Criativa) seria a multiplicação dos PC (produtos criativos) pelo número de T (transações), ou seja, $EC=PC \times T$. Vale ressaltar que um produto criativo seria um bem ou serviço resultante do processo criativo e que tenha valor econômico, e transação é uma troca com valor econômico (HOWKINS, 2013). E a importância deste tipo de Economia pode ser observada em números. Em 2014, o Brasil empregou mais de 11 milhões de pessoas no setor criativo, totalizou 923,4 milhões de dólares em exportações de

⁴Dados fornecidos pelo diretor de arte da Fundação Municipal de Cultura, Eduardo Godoy, via e-mail, em janeiro de 2020.

bens criativos e 1,8 bilhão de dólares em serviços (UNCTAD, 2018). E muitos desses bens e serviços podem movimentar a economia através da propriedade intelectual, mais precisamente, no que diz respeito a música, por meio das marcas e direitos autorais.

A propriedade intelectual pode ser conceituada como o conjunto de direito nos quais o titular tem controle do bem criativo (VERDE, MIRANDA, 2019), e as marcas e os direitos autorais são formas de proteção. As marcas, previstas na Lei de Propriedade Industrial, nº 9.279/96, são definidas como um sinal distintivo que têm como objetivo identificar os produtos e serviços (INPI, web). Significa dizer, portanto, que por meio das marcas as pessoas podem reconhecer determinados bens, inclusive os criativos. Elas podem ser fundamentais para que uma banda seja reconhecida e, também, para que esta possa se valer do seu reconhecimento para gerar mais produtos além de sua música. Um dos exemplos disso é a famosa língua dos Rollings Stones, criado em 1970, e que arrecadou para a banda muitas libras em decorrência de shows, DVDs, discos, merchandising que utilizavam/utilizam o logo (ESTADÃO, 2020). As marcas podem ser registradas no Brasil através do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), com duração de 10 anos prorrogáveis por períodos iguais e sucessíveis, e devem levar em conta critérios como: elemento de distinção, não criar confusão com as marcas já existente e ser associada ao bem (VERDE, MIRANDA, 2019). Os direitos autorais, por sua vez, não necessitam de registro, haja vista que eles nascem com a criação, ou seja, com bem criativo produzido, seu titular possui os direitos sobre ele. Os direitos autorais são aqueles que garantem ao artista ou autor que sua expressão criativa não poderá ser comercializada por outros (VERDE, MIRANDA, 2019), ou seja, asseguram que o titular pode ter controle sobre sua obra. Esses direitos são protegidos na esfera

patrimonial – referente a distribuição econômica produzida pelo bem criativo, e moral – referente a reivindicação de autoria da criação (BRASIL, 1998).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se observar que a propriedade intelectual, por meio das formas direitos autorais e marcas, é capaz não apenas de proteger as músicas como, também, instigar a criação através de recursos legais e financeiros. Ao relacionar isso ao cenário do rock ponta-grossense, as bandas locais poderiam crescer e contribuir para o desenvolvimento econômico, social e cultural da cidade por meio da Economia Criativa, contemplando as apresentações ao vivo, nas quais apresentam seus trabalhos ao público, e tendo suas obras autorais protegidas por meio da legislação vigente. O rock, assim, pode ser mais um dos atrativos culturais do município e, se incentivado na esfera pública e privada, ser causa de empregos formais e promotor do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

BERAS, Cesar. Capítulo I – Elementos iniciais para uma sociologia do rock: em busca de um conceito. *In: Sociologia do Rock*. Cesar Beras; Gabriel Sausen Feil (Orgs.). Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

BRASIL. **Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília, DF, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm . Acesso em: 26 maio 2020.

ESTADÃO. **Os 50 anos do logotipo do Rolling Stones, o mais emblemático do rock**. 2020. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,os-50-anos-do-logotipo-dosrolling-stones-o-mais-emblematico-do-rock,70003272223> Acesso em: 09 jun 2020

HOWKINS, John. **Economia Criativa** – como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books, 2013.

SECULT. Introdução. *In: Cadernos de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local.* Ana Carla Fonseca Reis e Lala Deheinzelin. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo – SEBRAE/ES e Secretaria de Estado da Cultura do Espírito Santo – Secult, 2019. p. 9-10. Disponível em: <http://vix.sebraees.com.br/arquivos/biblioteca/Cadernos%20de%20Economia%20Criativa.pdf> Acesso em: 13 abr 2020

UNCTAD. **Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries.** Genebra, 2018. Disponível em: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf Acesso em: 14 maio 2020.

VERDE, Lucas Henrique Lima; MIRANDA, João Irineu de Resende. **O futuro da Propriedade Intelectual no Brasil** – Análise Econômica do Direito sobre o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação. Porto Alegre: Editora Fi, 2019 [Suporte eletrônico, ebook]