

**HISTÓRIA
DAS INDÚSTRIAS
CULTURAIS EM
MINAS GERAIS**

Conselho Editorial Educação Nacional

Prof. Dr. Afrânio Mendes Catani – USP
Prof. Dra. Anita Helena Schlesener – UFPR/UTP
Profª. Dra. Dirce Djanira Pacheco Zan – Unicamp
Profª. Dra. Elisabete Monteiro de Aguiar Pereira – Unicamp
Prof. Dr. Elton Luiz Nardi – Unoesc
Prof. Dr. João dos Reis da Silva Junior – UFSCar
Prof. Dr. José Camilo dos Santos Filho – Unicamp
Prof. Dr. Lindomar Boneti – PUC / PR
Prof. Dr. Lucidio Bianchetti – UFSC
Profª. Dra. Maria de Lourdes Pinto de Almeida – Unoesc/Unicamp
Profª. Dra. Maria Eugenia Montes Castanho – PUC / Campinas
Profª. Dra. Maria Helena Salgado Bagnato – Unicamp
Profª. Dra. Margarita Victoria Rodríguez – UFMS
Profª. Dra. Marilane Wolf Paim – UFFS
Profª. Dra. Maria do Amparo Borges Ferro – UFPI
Prof. Dr. Renato Dagnino – Unicamp
Prof. Dr. Sidney Reinaldo da Silva – UTP / IFPR
Profª. Dra. Vera Jacob – UFPA

Conselho Editorial Educação Internacional

Prof. Dr. Adrian Ascolani – Universidad Nacional do Rosário
Prof. Dr. Antonio Bolívar – Facultad de Ciencias de la Educación/Granada
Prof. Dr. Antonio Cachapuz – Universidade de Aveiro
Prof. Dr. Antonio Teodoro – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Profª. Dra. María del Carmen L. López – Facultad de Ciencias de la Educación/Granada
Profª. Dra. Fatima Antunes – Universidade do Minho
Profª. Dra. María Rosa Misuraca – Universidad Nacional de Luján
Profª. Dra. Silvina Larripa – Universidad Nacional de La Plata
Profª. Dra. Silvina Gvirtz – Universidad Nacional de La Plata

Cleber Dias
(organizador)

**HISTÓRIA
DAS INDÚSTRIAS
CULTURAIS EM
MINAS GERAIS**

MERCADO[®]
LETRAS

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

História das indústrias culturais em Minas Gerais [livro eletrônico] / organização Cleber Dias. – 1. ed. – Campinas, SP : Mercado de Letras, 2023.

ISBN 978-85-7591-677-3

1. Cultura – História 2. Indústria cultural 3. Indústria cultural – Aspectos sociais 4. Minas Gerais (Estado) – Aspectos culturais I. Dias, Cleber.

23-141450

CDD-306.4098151

Índices para catálogo sistemático:

1. Indústria cultural : Minas Gerais :
Estado : História 306.4098151

capa e gerência editorial: Vanderlei Rotta
preparação dos originais: Editora Mercado de Letras
revisão final: dos autores
bibliotecária: Aline Grazielle Benitez – CRB-1/3129

Esta obra contou com
o apoio financeiro da
CAPES/PROAP e PPGIEL/UFMG
para a sua publicação na versão ebook

DIREITOS RESERVADOS PARA A LÍNGUA PORTUGUESA:

© MERCADO DE LETRAS®

VR GOMIDE ME

Rua João da Cruz e Souza, 53

Telefax: (19) 3241-7514 – CEP 13070-116

Campinas SP Brasil

www.mercado-de-letras.com.br

livros@mercado-de-letras.com.br

1ª edição

2 0 2 3

FORMATO DIGITAL

BRASIL

Esta obra está protegida pela Lei 9610/98.
É proibida sua reprodução ou armazenamento
parcial ou total ou transmissão de qualquer
meio eletrônico ou qualquer meio existente
sem a autorização prévia do Editor. O infrator
estará sujeito às penalidades previstas na Lei.

NOTA DO ORGANIZADOR

Alguns capítulos tiveram versões anteriores, agora ampliadas e/ou revisadas, em parte ou em todo, vinculadas nos seguintes locais:

1. O espaço da cultura em Minas Gerais, 1920-2010 (*Nova Economia*, vol. 29, nº especial, 2019).
2. Comércio e publicidade nos jornais de Minas Gerais do século XIX (*Revista do Arquivo Público Mineiro*, vol. 44, Fascículo 1, jan/jun. de 2008).
4. O nascedouro do mercado esportivo em Belo Horizonte (*Recorde*, vol. 10, nº 1, 2017).
6. O mercado de entretenimentos do Oeste de Minas Gerais, 1888-1920 (*Locus*, vol. 25, nº 1, pp. 62-85, 2019).
7. O mercado de entretenimento do Sul de Minas, 1891-1930 (*Licere*, vol. 24, nº 2, 2021).
8. Circos e desenvolvimento econômico na Belle Époque de Minas Gerais (*Revista de História Regional*, vol. 24, nº 1, pp. 135-159, 2019).
9. Cinema em Montes Claros, 1926-1934 (*Recorde*, vol. 12, nº 2, 2019).
10. O mais completo dos sports spirituaes: o cinema silencioso em Barbacena. (*Caminhos da História*, v. 27, n. 2, 2022, pp. 124-146).
11. Festival de inverno da UFMG e indústrias culturais de Minas Gerais (*Temporalidades*, vol. 8, nº 3, 2016).
12. Dança moderna e indústria cultural em Minas Gerais (*Repertório*, ano 19, nº 26, 2016).

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
<i>Cleber Dias</i>	
O ESPAÇO DA CULTURA EM MINAS GERAIS, 1920-2010	33
<i>Cleber Dias,</i> <i>Ana Flávia Machado,</i> <i>Vinicius Morais Silveira Hosken</i>	
COMÉRCIO E PUBLICIDADE NOS JORNAIS DE MINAS GERAIS DO SÉCULO XIX.	61
<i>Marcelo Magalhães Godoy</i>	
DIVERSÕES EM OURO PRETO, 1870-1900.	111
<i>Caroline Bertarelli Bibbó,</i> <i>Maria Cristina Rosa</i>	
O NASCEDOURO DO MERCADO ESPORTIVO EM BELO HORIZONTE	139
<i>Georgino Jorge de Souza Neto,</i> <i>Sarah Teixeira Soutto Mayor</i>	
O MERCADO DE ENTRETENIMENTOS EM JUIZ DE FORA, 1867-1924	171
<i>Marina Fernandes Braga Nakayama,</i> <i>Jakeline Duque de Moraes Lisboa,</i> <i>Cleber Dias</i>	

O MERCADO DE ENTRETENIMENTOS DO OESTE DE MINAS GERAIS, 1888-1920	187
<i>Daniel Venâncio de Oliveira Amaral, Cleber Dias</i>	
O MERCADO DE ENTRETENIMENTO DO SUL DE MINAS, 1891-1930	219
<i>João Martins Nogueira Júnior</i>	
CIRCOS E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO NA BELLE ÉPOQUE DE MINAS GERAIS.	249
<i>Rosana Daniele Xavier, Daniel Venâncio de Oliveira Amaral, Cleber Dias</i>	
CINEMA EM MONTES CLAROS, 1926-1934	281
<i>Rogério Othon Teixeira Alves, Luciano Pereira da Silva</i>	
CINEMA SILENCIOSO EM BARBACENA, 1914-1931.	313
<i>Igor Maciel da Silva</i>	
FESTIVAL DE INVERNO DA UFMG E INDÚSTRIAS CULTURAIS DE MINAS GERAIS.	341
<i>Vitor Lucas de Faria Pessoa, Cleber Dias</i>	
DANÇA MODERNA E INDÚSTRIA CULTURAL EM MINAS GERAIS	365
<i>Cleber Dias, Murilo de Assis Borges Junior</i>	
ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA NO SÉCULO XXI E OS EFEITOS DA PANDEMIA.	395
<i>Ana Flávia Machado, Rodrigo Cavalcante Michel, Alice Demattos Guimarães, Gabriel Vaz de Melo</i>	
SOBRE OS AUTORES.	423

APRESENTAÇÃO

Cleber Dias

Quase inescapavelmente, um livro sobre a história das indústrias culturais deve iniciar esclarecendo do que trata esta noção e em que circunstâncias é ou não adequado utilizá-la. O que são indústrias culturais e a partir de que período é apropriado valer-se desse conceito?

A noção de indústrias culturais está fortemente associada aos nomes dos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer. Ao que consta, a expressão foi empregada originalmente por eles em 1947, no livro *Dialética do Esclarecimento*. Basicamente, eles criticavam por meio dessa noção a “diferenciação técnica”, a “extrema especialização” e o que lhes parecia então uma crescente padronização cultural. No diagnóstico deles acerca do cenário sobre o qual refletiram, “a cultura confere a tudo um ar de semelhança”, conforme disseram em passagem hoje bem conhecida, colocando a passividade, a repetição, a imitação e a irracionalidade como o ideal social, ao que eles se opunham.¹

Todavia, ainda que a expressão indústria cultural não existisse até a publicação desse livro de Adorno e Horkheimer, algumas das percepções capturadas pela formulação dos dois filósofos alemães já estavam em circulação desde antes. O próprio pensamento

social alemão de princípios do século XX, com o qual Adorno e Horkheimer estiveram ativamente envolvidos, enfatizava já um discurso pessimista com relação às transformações tecnológicas e mercadológicas que marcavam a cultura urbana no período. As reflexões de Siegfried Krakauer, por exemplo, tidas por analistas como predecessoras das ideias contidas depois no livro de Adorno e Horkheimer, criticavam já a acentuada presença de máquinas no cotidiano do período, bem como o que ele chamou de “o culto da distração”, isto é, diversões padronizadas e repetitivas, ofertadas em forma de mercadorias, tais como o circo, os panoramas, o cinema, as operetas ou os espetáculos de variedades.²

Desde meados da década de 1910, Krakauer e Adorno estabeleceram amizade, que perdurou até o fim de suas vidas. Quase quinze anos mais velho que Adorno, Krakauer exercera mesmo influência sobre o amigo mais jovem.³ Com efeito, Adorno, Horkheimer, Krakauer e vários outros intelectuais alemães dessa geração estavam sob os efeitos dos impactos da modernização urbanizadora que se desenvolvia na Europa daquele período. Todos eles condenavam o que julgavam ser o ponto mais elevado de um processo de desintegração social, cultural, econômica, política e psíquica, desenvolvendo, em contrapartida, uma crítica desencantada da sociedade capitalista industrial. Não por acaso, de maneira bastante semelhante, Walter Benjamin, outro ilustre intelectual alemão dessa geração, também meditara antes de Adorno e Horkheimer sobre o que ele chamara de “a era da reprodutibilidade técnica das artes”, isto é, as consequências do processo de mecanização sobre a cultura.⁴ Em síntese, conforme resumiu um estudioso brasileiro do assunto, “essas ideias estavam no ar”.⁵

A despeito das influências ou dos antecedentes, o quadro interpretativo por meio do qual realiza-se parte relevante da reflexão sobre os processos de comercialização da cultura é influenciada até hoje pelas premissas contidas no conceito de indústria cultural, tal como apresentado por Adorno e Horkheimer. É este, portanto, um ponto de partida quase inevitável para uma reflexão sobre as

indústrias culturais, embora não seja necessariamente um ponto de chegada. Pois em uma chave diferente, a partir da década de 1950, aproximadamente, outros filósofos, sociólogos, geógrafos e economistas começaram a apresentar novas interpretações a respeito do processo de comercialização da cultura. Em linhas gerais, esses trabalhos apontaram para uma nova fase do capitalismo, com transformações estruturais, a partir daquela época, nos modos de produzir, distribuir e consumir. “Sociedade pós-industrial”, “sociedade de serviços” e “sociedade da informação” foram alguns dos termos empregados para descrever esse estado de coisas.⁶

Apesar das diferenças que separam essas obras e autores, um elemento comum as perpassa. Basicamente, conforme enfatizam todos eles, essas transformações estariam intensificando o uso da criatividade, do trabalho intelectual ou da utilização econômica de elementos simbólicos ou culturais na produção de bens e serviços diversos. Dito de outro modo, a cultura estaria adquirindo importância crescente no mundo da produção de mercadorias, além do fato da própria cultura tornar-se, cada vez mais, uma mercadoria.

Diferente da abordagem de Adorno e Horkheimer, contudo, no registro desses “teóricos pós-industriais”, o processo de comercialização da cultura tende a ser enquadrado em termos mais positivos, ainda que haja também bastante espaço para críticas. Em todo caso, ao invés de algo responsável apenas pela homogeneização e embotamento de consciências (ou a “mistificação das massas”, conforme disseram Adorno e Horkheimer), a comercialização da cultura aparece no trabalho desses teóricos pós-industriais também como um recurso para o crescimento econômico e logo para a geração de prosperidade.

Tais abordagens iriam seguir se desenvolvendo ao longo da segunda metade do século XX, até desaguiarem, mais recentemente, a partir dos meados da década de 1990, nas noções de “economia criativa” e todos os seus correlatos, quais sejam, “economia do conhecimento”, “economia simbólica”, “economia criativa”, “economia da experiência”, “capitalismo cultural”, “capitalismo artístico”, “capitalismo cognitivo” ou “indústrias culturais e criativas”.⁷

Seja no enquadramento mais negativo, em Adorno e Horkheimer, seja no enquadramento mais positivo dos teóricos da sociedade pós-industrial, essas interpretações, em vários aspectos diferentes e até mesmo concorrentes, partilham, porém, da premissa de que as transformações descritas aí estão historicamente radicadas em períodos recentes, notadamente a partir das décadas de 1940 ou 1950, se não ainda depois. Conforme essas premissas, antes disso, a estrutura econômica das sociedades era agrícola ou industrial, não pós-industrial, onde a cultura não estivera ainda inteiramente subordinada ao “poder absoluto do capital”, conforme a famosa fórmula de Adorno e Horkheimer. Todos enfatizam, em suma, ainda que em termos diferentes, o surgimento de uma economia cultural como uma originalidade histórica dos anos avançados do século XX. É este o ponto em que os historiadores entram em campo.

Evaldo Cabral de Mello formulara certa vez que o historiador é um demolidor de teorias, não porque o queira deliberadamente, mas apenas porque sabe que as coisas nunca se passaram conforme prescrevem as teorias.⁸ Também no caso da temática das indústrias culturais, dado essa disposição crítica permanente com relação a teorias, certas conclusões postas em circulação por historiadores têm desafiado algumas premissas que usualmente orientam o debate contemporâneo acerca da relação entre cultura e economia ou arte e comércio. Martina Hessler e Clemens Zimmermann, por exemplo, têm chamado atenção não apenas para as carências de perspectivas históricas nesse debate, bem como têm questionado o entendimento de que deslocamentos na estrutura econômica em direção a setores baseados na cultura, na criatividade e no conhecimento constituem uma novidade histórica singular e sem paralelos. Conforme eles afirmam explicitamente e de maneira forte, “*a conexão entre economia, cidades e lugares culturais ou criativos não é meramente um desenvolvimento dos últimos 20 ou 30 anos. Mesmo se causas para a descoberta e imensa atenção que economias culturais urbanas recebem hoje possam ser indicadas, a conclusão que se segue disso não é que se trate de algo completamente novo.*”⁹

Pesquisas como as de Henry Farnam, ainda na década de 1930, já chamavam atenção sobre as profundas conexões entre o teatro elisabetano do século XVI e o contexto econômico da época. Mais especificamente, Farnam sublinhou o modo como a obra de Shakespeare refletia as transformações sociais e econômicas que se processavam no período. Mais que isso, essas transformações, marcadas, sobretudo, por novas fontes de metais preciosos, pela ampliação da oferta de moedas, pela conseqüente elevação dos preços, pela estruturação do sistema bancário e financeiro moderno, pelo crescimento do comércio exterior, pelos primeiros desenvolvimentos da manufatura inglesa, pelo crescimento populacional e pela melhoria dos salários, ofereceram as condições para o surgimento de um público e logo para o desenvolvimento do teatro elisabetano, incluindo, claro, a obra de Shakespeare. De acordo com os argumentos de Farnam, o homem que seria depois elevado ao estatuto de ícone maior da literatura e da dramaturgia inglesa, fora antes de tudo um artista empenhado em negociar seu talento em troca de dinheiro. Conforme palavras de Farnam, “não há razão para pensar que ele [Shakespeare] tivesse qualquer outro motivo em sua obra dramática além de apresentar temas interessantes e divertidos em linguagem eficaz, a fim de encher o teatro”.¹⁰

Os próprios conteúdos literário e dramático da obra de Shakespeare, que enriqueceu com os negócios do teatro, não escondem certo deslumbramento com as inúmeras novas mercadorias disponibilizadas pelo comércio do período, que aparecem então nomeadas uma a uma em peças como *O mercador de Veneza*, cujo enredo agora mundialmente conhecido, já no título insinua suas conexões com o sistema econômico global que ia se formando na época. Em peças como essa, apareciam o ouro, a prata, o estanho, o latão, as moedas, os jarros, as bacias, os baús, as cobertas, as tendas, os dosséis, os relógios, as tapeçarias, os cofres de marfim, assim como os alimentos exóticos importados de terras distantes, como a batata, o figo, o limão, a laranja, a azeitona ou o tabaco. Esse era o mundo no qual vivia e sobre o qual escrevera

Shakespeare, um mundo que pouco a pouco ia sendo inundado de mercadorias. Assim, concluiu Farnam, “se não tivéssemos qualquer prova histórica relativa às condições de vida na Inglaterra do final do século XVI e início do XVII, exceto as peças e poemas de Shakespeare, mesmo assim poderíamos construir, a partir apenas de suas obras, um retrato bastante verdadeiro da economia de seu tempo”.¹¹

Pesquisas históricas mais recentes, como àquelas levadas a cabo por Andrew Gurr, Vivian Thomas ou James Forse têm apenas reforçado o modo como o teatro inglês do século XVI, tido como uma das atividades mais prósperas da época, “devia sua existência ao mercado”, como diz um, constituindo-se mesmo como “um produto do espírito do capitalismo”, conforme afirma outro. Segundo James Forse, “cada um entre virtualmente todos os aspectos da atividade teatral [desse período] foi moldado de acordo com as demandas do lucro e da administração do negócio”.¹²

No mesmo sentido, pesquisas de Francis Haskell, tratando da arte italiana do século XVII, também chamaram atenção, ainda na década de 1950, sobre as conexões entre a arte e o contexto econômico. O florescimento das artes visuais na Itália do século XVII coincidiu com a decadência econômica da região no mesmo período, no que pareceria, de início, um paradoxo. Haskell afirma mesmo que o declínio econômico, político e militar de Roma a partir de 1640 – depois de uma sucessão de epidemias, guerras malsucedidas e depressão econômica – configurou um prelúdio essencial para uma inovação estética e uma difusão da arte italiana por toda a Europa. Até esse momento, ele explica, Roma era o centro de uma explosão artística. Pintores de toda a Itália ou mesmo de outras regiões dirigiam-se até Roma, onde havia uma demanda enorme por artes visuais, especialmente para decoração de igrejas e palácios. Todavia, o progressivo colapso de Roma como centro político e econômico reorganizou todo esse sistema. Primeiro, com a diminuição da demanda por conta do fim do apoio econômico de antigos patronos, artistas deixaram de ir para Roma. Como

consequência, escolas independentes se desenvolveram em outras regiões da Itália, especialmente em Bolonha, Nápoles, Florença e Veneza. Logo, o trabalho de artistas italianos começou a ser vendido para a França, Espanha e sobretudo Alemanha e Inglaterra. O antigo relacionamento entre artistas e patronos entra então em colapso, pois esses novos mecenas, agora distantes dos ateliês, tendiam a ter certa subserviência diante da autoridade e perícia dos artistas, dando-lhes maior liberdade. Tudo isso, conclui Haskell, liberou a imaginação dos artistas e mudou por completo a natureza da pintura italiana.¹³

Depois disso, vários outros trabalhos sobre a comercialização e o consumo de cultura nos séculos XVII e XVIII, processo também chamado de “revolução do consumo” ou “revolução do lazer”, têm desestabilizado o entendimento predominante, presente tanto na reflexão influenciada pela obra de Adorno e Horkheimer, quanto naquelas sob a órbita dos teóricos pós-industriais, de que cadeias comerciais da cultura são fenômenos recentes. Diante do conjunto de achados disponibilizados pela copiosa bibliografia europeia dedicado ao assunto, está fora da dúvida razoável a existência de uma economia cultural – para não dizer uma exuberante economia cultural – a partir do século XVIII ou mesmo talvez antes. A propensão dos estudiosos das economias criativas contemporâneas de fazerem da história uma tábula rasa de fato não parece adequada. Conforme afirma provocativamente Martina Hessler, *“embora seja frequentemente dito que a ideia de uma cidade criativa é relativamente recente, é evidente que isto é muito mais antigo. A cidade como lugar genuíno das artes e da ciência, da inovação e da criatividade, é um conceito que atraiu atenção de pensadores como Sócrates, o filósofo muçulmano Ibn Khalūm, bem como os utopistas Thomas More, Tommaso Campanella e Francis Bacon”*.¹⁴

Rigorosamente no mesmo sentido, Peter Borsay, eminente estudioso da história urbana britânica dos séculos XVII e XVIII, afirmou também que “seria ingênuo argumentar que um ambiente criativo e uma economia cultural não existiram nas cidades britânicas antes do fim do século XVII”, no que certamente se aplica a outras

regiões da Europa. Mais ainda, ao tratar da nova base econômica dos séculos XVIII e XIX, Borsay fala mesmo de um “nascimento da economia cultural moderna”.¹⁵

De fato, desde a década de 1660, algumas regiões da Europa começaram a registrar crescimento de um mercado de luxo e de lazer, com a construção de livrarias, teatros, quadras de tênis, hipódromos, campos de caça, jardins, cafés, ou salas para dançar, beber chá e jogar cartas, com amplas consequências sobre as estruturas ocupacionais.¹⁶ Já por volta de 1650, em uma cidade como Shrewsbury, na Inglaterra, analisada em detalhes por Angus McInnes, mercados de serviços e de bens de luxo, como tabacarias, barbearias, livrarias, confeitarias ou perfumarias, empregavam pouco mais de 14% da mão de obra local. Um século depois, a participação desses setores no emprego de mão de obra local mais que dobrou, recrutando já mais de 35% dos trabalhadores. Em contrapartida, a mão de obra empregada em setores manufatureiros como o têxtil ou a produção de couro reduziu-se em mais da metade no mesmo período. Ao longo do século transcorrido entre 1650 e 1750, portanto, processou-se uma inversão da importância social e econômica desempenhada pelo “setor de serviços”, em um processo que McInnes nomeou como “emergência de cidades do lazer”.¹⁷

Toda essa discussão, contudo, embora fascinante, oferece apenas uma espécie de pano de fundo para os artigos reunidos neste livro. Aqui, menos do que confrontar-se explicitamente com problemas dessa natureza, relativos ao período em que teria de fato emergido uma economia ou uma indústria da cultura, o propósito do livro é o de reunir estudos regionais desenvolvidos nos últimos anos sobre a dinâmica de consumo e oferta comercial de diferentes bens culturais em Minas Gerais. A reunião desses estudos em um único volume pretende colaborar para o aprofundamento de interpretações sobre o processo de desenvolvimento social e econômico de circuitos comerciais de oferta e consumo de bens culturais, no que pode então tornar-se parte de um esforço coletivo já em curso e capitaneado por diferentes grupos de pesquisadores,

a fim de melhor compreender esses fenômenos tão importantes. Os debates sobre os limites, possibilidades e medidas políticas mais adequadas para o estímulo de uma economia da cultura dificilmente poderão prescindir de alguma perspectiva histórica sobre esses problemas. Assim, pois, o exame de experiências do passado, também no que diz respeito a esses assuntos, ainda é uma forma relevante de identificar permanências e descontinuidades, rupturas ou regularidades, no que pode certamente ajudar a reflexão sobre o presente e a imaginação sobre o futuro. Por hesitantes que sejam, conclusões de pesquisas históricas sinalizam sempre a possibilidade de um debate público mais bem informado.

Nesse sentido, os artigos que se seguem exibem a existência de uma “indústria cultural” em Minas Gerais desde os fins do século XIX. Por certo, era uma “indústria” em muitos aspectos precária, diante de um mercado consumidor ainda bastante limitado, mas nem por isso inexistente. De maneira mais geral, extrapolando os limites de Minas Gerais, há uma formidável bibliografia brasileira sobre a história social da cultura que autoriza afirmações nesse sentido. Pesquisas sobre o mercado dos livros e outros impressos, por exemplo, revelam não apenas a simples existência desse setor desde o século XIX, bem como a sua integração internacional já naquela época. Ao longo do século XIX, sobretudo a partir da sua segunda metade, editores europeus publicavam, imprimiam, traduziam e vendiam livros brasileiros na França, na Alemanha ou em Portugal. Em outro sentido, editores europeus também atuavam no Brasil no mercado de tradução e comercialização de livros originalmente publicados na Europa.¹⁸ Graças a isso, ficções publicadas na Europa em forma de folhetins – especialmente na França – eram traduzidos quase simultaneamente por jornais do Brasil. Algumas ficções de escritores brasileiros, por seu turno, também encontravam nos jornais o primeiro espaço de publicação, antes de serem vertidas em livros, como foi o caso de *O Guarany*, de José de Alencar, ou de *Quincas Borbas*, de Machado de Assis, entre vários outros. Desse modo, embora fosse um caso atípico, na verdade bastante

extraordinário, já a partir de 1860 ou 1870, um escritor de sucesso como Aluísio Azevedo podia viver exclusivamente do que recebia por seus textos.¹⁹

De maneira semelhante, pesquisas sobre os espetáculos teatrais, operísticos ou circenses no século XIX, sempre de modo mais evidente depois da sua segunda metade, também revelam a crescente expansão das dimensões econômicas na oferta dessas atividades, bem como o fluxo de companhias e artistas entre a Europa e o Brasil.²⁰ No Rio de Janeiro, em particular, a imprensa local registrou repetidamente a partir de meados do século XIX a “febre de fortuna” que parecia afetar a cena teatral da cidade no período. Empresários bem-sucedidos nesse ramo eram frequentemente criticados por serem apenas “capitalistas”, isto é, “homens de negócios”, cuja motivação residia não no amor às letras ou às artes, como idealizavam críticos e intelectuais, mas sim no “amor ao lucro”. Joaquim Heliodoro, por exemplo, que não tinha relações anteriores com esse segmento até o momento em que decidiu investir no arrendamento de um teatro da cidade, fora alvo recorrente de críticas dessa natureza. Conforme uma delas, veiculada nas páginas do jornal *Correio Mercantil*, Heliodoro era pejorativamente representado como “um homem que só tomou a direção do teatro impelido por vistas ambiciosas e cálculos mercantis”.²¹ Não obstante censuras desse tipo, o mercado de espetáculos brasileiro ao longo da segunda metade do século XIX era já dinâmico o suficiente para atrair grupos teatrais portugueses e companhias operísticas italianas, inicialmente para o Rio de Janeiro, mas logo também para várias outras regiões.²²

Tanto com relação aos livros ou aos impressos, quanto com relação aos espetáculos, portanto, havia um verdadeiro circuito comercial transatlântico envolvendo esses bens culturais. Por isso mesmo, estudiosos da história do livro nesse período falam em “capitalismo editorial” ou “capitalismo tipográfico”, conquanto estudiosos de espetáculos, no mesmo sentido, falam em “indústria do teatro”.²³ Com efeito, a expansão dos mercados editoriais e de espetáculos ou outros entretenimentos diversos estiveram

profundamente relacionados.²⁴ A consolidação do mercado de jornais, em especial, disponibilizava um canal publicitário regular para estabelecimentos e empresários do ramo do lazer, ao mesmo tempo em que a divulgação de acontecimentos relativos a diversões locais ajudava a atrair ou fixar a atenção de leitores, criando um círculo virtuoso que se reforçava reciprocamente. Além disso, a impressão de partituras musicais, libretos de ópera ou propagandas de teatro, entre outros itens ligados ao universo dos entretenimentos urbanos, oferecia uma demanda não desprezível para oficinas tipográficas, muitas vezes de propriedade dos mesmos empresários que mantinham os jornais, reforçando, assim, esse círculo virtuoso entre “indústrias do lazer” e mercado editorial.²⁵

Tudo isso e ainda outras coisas mais têm sido diligentemente inventariadas, analisadas e disponibilizadas por ao menos duas gerações de pesquisadores brasileiros, onde os trabalhos do sociólogo Sergio Miceli talvez sirvam como um marco inaugural.²⁶ Essa extraordinária fortuna crítica deixa ver também que depois da proclamação da República (em 1889) e ao longo das primeiras décadas do século XX processou-se pouco a pouco uma expansão do lazer comercial e do consumo cultural no Brasil. Em praticamente todas as regiões do país, essa época testemunhou uma significativa transição com relação ao modo de estruturação e fruição do tempo livre, com crescente predomínio de oferta comercial de oportunidades de lazer e consumo cultural. Estádios, hipódromos, velódromos, riques de patinação, teatros, circos, cinemas, casas de espetáculos em geral, hotéis, restaurantes, cafés, galerias de arte, bibliotecas, jornais, revistas, livros, salões de bilhar, parques de diversões, bandas de música, companhias dramáticas e times de futebol, eram alguns dos muitos objetos, espaços e organizações que compunham esse novo e diversificado cardápio de oportunidades de lazer e consumo cultural que se desenvolveu paulatinamente a partir do século XIX. Por tudo, de fato, não parece inadequado falar de “indústrias culturais” para descrever acontecimentos desse contexto, em que pese suas limitações, com dimensões ainda muito

acanhadas, especialmente se comparadas com o que iria surgir na segunda metade do século XX.²⁷

Parte significativa dessa bibliografia brasileira sobre a história social da cultura, entretanto, está concentrada nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, ainda que haja trabalhos notáveis dedicados ao assunto em outras regiões. Não obstante, a concentração dos trabalhos sobre as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo limita as possibilidades de compreensão de um quadro mais geral, dado que as circunstâncias dessas duas cidades eram deveras excepcionais no contexto brasileiro dos séculos XIX e XX.

O Rio de Janeiro foi a primeira cidade do Brasil a superar a marca de meio milhão de habitantes, ainda na década de 1890, o que dava a cidade um mercado consumidor sem paralelos no país do período. Para dimensionar, a segunda cidade mais populosa do Brasil nessa época era Salvador, que contava pouco mais de 174 mil habitantes – cerca de três vezes menos que o Rio de Janeiro, portanto. Ouro Preto, a capital de Minas Gerais na ocasião, contava menos de 60 mil almas. São Paulo, por seu turno, tinha ainda dimensões igualmente modestas, contando pouco mais de 60 mil habitantes, embora iniciasse já, precisamente nesse momento, a brutal transformação que tornaria a cidade o centro econômico mais dinâmico do Brasil. Já em 1900, São Paulo contaria quase 240 mil habitantes, número superior ao registrado em Salvador naquele ano (que foi de 205 mil). Tratava-se de um crescimento populacional de 300% em apenas dez anos. Esse espantoso crescimento populacional, acompanhado de um correspondente crescimento econômico, deram então ensejo a uma expansão da oferta e do consumo de lazer e cultura não apenas na capital de São Paulo, se não também em outros pontos da região, conforme apontam vários trabalhos a esse respeito.²⁸

Nesse contexto, uma análise sobre Minas Gerais é oportuna, especialmente quando vista à luz do que essa bibliografia mais concentrada sobre a história social da cultura no Rio de Janeiro e em São Paulo já nos permite saber. Em Minas Gerais, de maneira

semelhante ao que tem sido apontado para outras regiões do Sudeste brasileiro, a produção agrícola voltada tanto para o mercado interno quanto para “mercados exportadores” (leia-se, nesse caso, fora de Minas Gerais), logo favoreceu a acumulação de capital, estimulando alguns efeitos de encadeamentos, como dão provas o crescimento demográfico, a expansão ferroviária e industrial, bem como os melhoramentos urbanos nas regiões mais fortemente submetidas a esse processo. O café é um dos principais símbolos dessa dinâmica. A escala da produção desse e de outros produtos agrícolas ou agropecuários aumentou, o que ampliava também o conjunto de trabalhadores envolvidos em circuitos de trocas comerciais, convertendo-se, crescentemente, em vendedores e compradores. Por um lado, vendiam produtos ou a mera força de trabalho, ao mesmo tempo em que compravam, por outro lado, uma série de outros itens a fim de atender novas e crescentes necessidades, cuja satisfação já não podia ser obtida pela produção autônoma, autossuficiente ou de subsistência. Assim, em outras palavras, a modesta, mas crescente, conversão de unidades de produção domésticas autossuficientes voltadas para a própria subsistência em unidades de produção voltadas para a comercialização de excedentes equivalia a transformação do trabalhador que produz para si mesmo em consumidor de produtos e serviços produzidos por outros. Tratava-se do nascimento de um mercado consumidor propriamente dito – ou um mercado consumidor de larga escala. Pouco a pouco, todo esse processo inclui também as esferas do lazer e da cultura. Nesse sentido, a expansão da oferta comercial e do consumo de cultura em Minas Gerais possivelmente foi mais um dos efeitos de encadeamento agenciadas pelo aumento da produção agrícola voltada para o mercado (interno e externo), como sugerem alguns dos artigos reunidos aqui.

No capítulo 1, Cleber Dias, Ana Flávia Machado e Vinicius Hosken apresentam um panorama histórico da oferta cultural em Minas Gerais entre o início do século XX e os princípios do século XXI. Os autores analisam as distribuições espaciais de cinemas e

teatros em Minas Gerais em 1920 e depois em 2010, comparando-as com outros aspectos socioeconômicos da região nesses períodos, exibindo as transformações que se processaram.

No capítulo 2, a partir do exame de propagandas publicadas em jornais de Minas Gerais do século XIX, Marcelo Godoy apresenta uma análise sobre o comércio da região. Por meio desse expediente, o autor consegue revelar a extensão, a abrangência e as características gerais de funcionamento das atividades mercantis e suas redes comerciais de Minas Gerais no período, que podiam envolver produtos fabricados localmente, mas também importados do Rio de Janeiro e mesmo da Inglaterra, da França, da Rússia ou da Holanda, dentre outros países. Em última instância, o resultado do estudo de Godoy é a apreensão da evolução de uma cultura de consumo e de uma sociedade já bastante saturada de objetos, com acesso a remédios e perfumes, mas também a livros, papéis, chapéus, sapatos, roupas em geral, armas, munições, ferramentas, utensílios domésticos, equipamentos agrícolas, brinquedos, instrumentos musicais, fogos de artifício e toda sorte de quinquilharias, para não falar de serviços como hospedarias e alimentos diversos. Assim, o esforço publicitário desses comerciantes de Minas Gerais do século XIX, tão bem capturado por Godoy, acaba por revelar algo a respeito das demandas do mercado consumidor da região. O que a análise de Godoy deixa ver, enfim, é o desabrochar de uma economia de mercado, ainda que incipiente e algo precária, com certa dificuldade para estabelecer o dinheiro como meio de troca e sofrendo com a escassez de numerário e as restrições de meios circulantes, conforme demonstra também o capítulo.

No capítulo 3, Caroline Bertarelli Bibbó e Maria Cristina Rosa abordam as diversões em Ouro Preto entre os anos de 1870 e 1900. Capital de Minas Gerais até 1897, um dos principais centros culturais da região no período, Ouro Preto tornou-se, desde então, uma cidade marcada pelo signo do atraso e da decadência, que serviram, inclusive, de leitmotiv para a construção de Belo Horizonte e a consequente transferência da sede do governo estadual. Todavia,

considerando o papel que as próprias elites do período atribuíam aos entretenimentos urbanos como índice de progresso e modernidade, a dinâmica de oferta de lazer em Ouro Preto do período permite relativizar parte dessas imagens históricas. Conforme bem exibe a pesquisa das autoras, baseada, sobretudo, em documentos da Câmara Municipal de Ouro Preto, a cidade contava com uma estrutura relativamente abundante para o lazer de sua população. Essa estrutura incluía, entre outras coisas, igrejas, teatros, hotéis, pensões e sobretudo botequins. As autoras demonstram que o poder público municipal se preocupava e também se ocupava ativamente dessa rede de oferta de diversões. E embora parte das justificativas públicas para essa atuação política tivesse caráter moral, apelando para a salvaguarda da ordem, da civilidade e dos bons costumes, motivações de ordem econômica estavam claramente presentes. O controle e a regulamentação dos divertimentos e de toda a cadeia de consumo implicada aí, afinal, rendia lucros aos cofres públicos por meio da cobrança de impostos, conforme exibe o estudo das autoras.

No capítulo 4, Georgino Jorge de Souza Neto e Sarah Teixeira Soutto Mayor tratam do nascimento do mercado de esportes em Belo Horizonte. Mais especificamente, os autores analisam o primeiro espaço especialmente edificado para promoção de competições esportivas na cidade e um dos primeiros de Minas Gerais, o Prado Mineiro, dedicado às corridas de cavalo. Desde o início, o Prado Mineiro fora concebido como um negócio, liderado por um grupo de sócios de uma sociedade anônima, embora justificativas formais pudessem apontar para outros elementos, como o melhoramento da raça cavalar e a divulgação de hábitos modernos anunciados como capazes de educar e civilizar uma população tida ainda como matuta. Ao lado disso tudo, porém, que de fato eram elementos daquela prática, havia também as motivações comerciais. Apesar dos esforços, o empreendimento de construir um campo para corrida de cavalos sucumbiu diante da falta de apoio popular. Por mais que tentasse, a iniciativa para explorar comercialmente as corridas de cavalo fracassou diante do desinteresse da população.

As boas intenções com que as corridas de cavalo do Prado Mineiro eram anunciadas não foram suficientes para convencer os recém-chegados habitantes de Belo Horizonte em favor do novo esporte. Tampouco surtiu efeito o amplo apoio propagandístico da imprensa, que inutilmente criticava o comportamento da população a fim de lhe encorajar a frequentar as corridas de cavalo. O desencontro entre a oferta e a demanda mostrou-se, afinal, incontornável, com a falência da sociedade anônima responsável pelo Prado Mineiro. Conforme exhibe o capítulo de Souza Neto e Soutto Mayor, foi apenas com o surgimento da paixão popular pelo futebol em princípios do século XX que uma série de iniciativas empresariais ao redor dos esportes tornaram-se economicamente viáveis em Belo Horizonte. Com o crescente entusiasmo e envolvimento popular com o futebol, logo se estruturaram e se viabilizaram a construção de estádios (mais de um), jornais especializados (mais de um), um mercado de apostas ou ainda o comércio de partituras musicais com hinos dos times preferidos, entre outros itens.

Os quatro capítulos seguintes analisam os mercados de entretenimentos em diferentes regiões de Minas Gerais entre os fins do século XIX e princípios do século XX. No capítulo 5, Marina Fernandes Braga Nakayama, Jakeline Duque de Moraes Lisboa e Cleber Dias analisam os mercados de entretenimentos de Juiz de Fora. No capítulo 6, Daniel Venâncio de Oliveira Amaral e Cleber Dias analisam esses mercados em Oliveira, no Oeste de Minas. No capítulo 7, João Martins Nogueira Junior investiga o caso do sul de Minas, a partir de um estudo sobre três importantes cidades da região: Itajubá, Campanha e Pouso Alegre. Na transição entre os séculos XIX e XX, Juiz de Fora, na Zona da Mata, Oliveira, no Oeste e as cidades do Sul de Minas, encerravam um feixe de condições diversificadas com relação aos seus respectivos mercados de entretenimento, o que se revela em vários aspectos do modo como se estruturavam esses segmentos em cada uma dessas regiões, conforme se vê nesses capítulos. Em todos os casos, porém, notam-se transformações em curso nessa esfera da vida, com notável esforço social, econômico e

até político de se ampliar a oferta comercial de lazer e cultura nessas regiões de Minas Gerais, apesar de todas as limitações que ainda se faziam notar.

No capítulo 8, Rosana Danielle Xavier, Daniel Venâncio de Oliveira Amaral e Cleber Dias analisam as relações entre os espetáculos de circos e o desenvolvimento econômico em Minas Gerais entre os anos de 1888 e 1910, período conhecido como Belle Époque. Os autores exibem como a ligação social e econômica com mercados do Rio de Janeiro teve consequências sobre a dinâmica de oferta e consumo de cultura na região nesse período. Além da expansão da quantidade e da frequência de circos na região a partir de 1890, houve também uma mudança qualitativa com relação ao repertório das companhias que viajavam até ali. Além de facilitarem o transporte de equipamentos, artistas e animais, as ferrovias integravam parte de uma mudança mais ampla na estrutura econômica da região, ainda que limitada, favorecendo também essa incipiente indústria dos espetáculos.

Os próximos dois capítulos dedicam-se aos cinemas em duas diferentes regiões de Minas Gerais. Conforme aconteceu com várias modalidades de lazer e de consumo cultural, também o cinema, nas primeiras décadas do século XX, esteve enquadrado por discursos que expunham expectativas simbólicas de modernização social, sobretudo por parte de setores das elites. A presença de um cinema em uma cidade era frequentemente tomada como pré-requisito para civilidade do lugar. Nesse contexto, no capítulo 9, Rogério Othon e Luciano Pereira da Silva analisam o mercado exibidor cinematográfico em Montes Claros entre 1926 e 1934. Em particular, os autores examinam as relações materiais e culturais entre o cinema e a ferrovia, que ocuparam parte relevante das preocupações de políticos e intelectuais da região no período. Ambos os fenômenos, argumentam os autores, as ferrovias e os cinemas, eram parte de transformações sociais e históricas mais amplas relativas às percepções de espaço e de tempo. Além disso, de maneira mais específica, a inauguração de uma ferrovia em Montes Claros diminuiu

os custos de transporte de filmes, afetando a dinâmica financeira das salas de exibição. Apesar de tais transformações, revela o estudo dos autores, esse mercado de exibição de filmes seguiu funcionando de modo mais ou menos instável em Montes Claros. De início, as elites letradas da cidade queixavam-se da falta de iniciativa dos capitalistas locais, que hesitavam em investir no negócio de exibição de filmes, privando, assim, a população do acesso a esse lazer em certos períodos. Depois, quando tais obstáculos empresariais foram vencidos, as mesmas elites letradas queixavam-se da falta de empenho do público, que deixavam o cinema da cidade vazio.

Já no capítulo 10, Igor Maciel da Silva analisa tanto as dimensões de exibição quanto as de produção em Barbacena entre os anos de 1914 e 1931. A própria existência de um circuito de produção de filmes em Barbacena exibe uma primeira e relevante diferença com relação ao mercado de cinema de Montes Claros. Situada em uma das regiões economicamente mais dinâmicas de Minas Gerais no período, Barbacena, com população relativamente grande para os padrões mineiros da época, reunia condições mais favoráveis ao desenvolvimento de uma indústria cultural, não apenas constituindo um mercado exibidor que admitia vários cinemas funcionando simultaneamente, mas ainda viabilizando empreendimentos de produção de filmes. Além disso, o circuito exibidor de Barbacena, beneficiado também pela maior proximidade geográfica e intensos vínculos comerciais com o Rio de Janeiro, estabeleceu relações com algumas das maiores empresas distribuidoras de filmes do período, conforme demonstra Maciel neste capítulo.

No capítulo 11, Vitor Faria Pessoa e Cleber Dias analisam o Festival de Inverno da UFMG, realizado, inicialmente, na cidade de Ouro Preto a partir de 1967. Evento de extensão universitária promovido com o propósito de incentivar as artes, o Festival de Inverno da UFMG obteve grande sucesso, atraindo milhares de turistas para a cidade de Ouro Preto, numa época em que se intensificavam estratégias políticas nacionais, estaduais e locais para a consolidação de Ouro Preto como um destino turístico.

Paradoxalmente, o sucesso da iniciativa acabou por se converter em uma fonte de tensão e de conflitos. Pois o comportamento do grande e numeroso público que se dirigia à Ouro Preto durante os dias de realização do Festival nem sempre correspondia a expectativas de seus organizadores, impondo, de certo modo, novos sentidos e significados ao Festival, para além das motivações originais de seus idealizadores. Ao invés do comedimento que se esperaria de estudantes e apreciadores de artes, o Festival foi tomado por um acentuado caráter turístico e sobretudo festivo, com turistas e estudantes lotando ruas e bares da cidade de maneira alegre e ruidosa até altas horas da madrugada. Esses comportamentos abriram o Festival de Inverno da UFMG para críticas diversas, ao mesmo tempo em que asseguraram o crescente interesse de turistas, ávidos por diversão nas ruas e bares de Ouro Preto.

No capítulo 12, Cleber Dias e Murilo de Assis Borges Junior examinam outra faceta das transformações em curso na economia da cultura em Minas Gerais na segunda metade do século XX. A partir de um estudo dos primeiros anos de funcionamento do Grupo de Dança Corpo, atualmente um dos mais consagrados do Brasil e do mundo, os autores analisam o contexto que condicionava as oportunidades e barreiras para a profissionalização das artes cênicas nas décadas de 1970 e 1980. Em particular, o capítulo apresenta as estratégias mobilizadas pelos bailarinos e produtores do Grupo Corpo a fim de viabilizar, empresarial e economicamente, um grupo de dança profissional em Belo Horizonte, uma cidade periférica no circuito brasileiro de danças modernas.

Por último, conectando mais obviamente o estudo do passado com a reflexão sobre o presente, no capítulo 13, Ana Flávia Machado, Rodrigo Cavalcante Michel, Alice Demattos Guimarães e Gabriel Vaz de Melo apresentam uma interpretação panorâmica sobre a economia criativa brasileira no século XXI. Naturalmente, é este o contexto nacional no qual se insere a economia criativa ou as “indústrias culturais” de Minas Gerais. De partida, os autores contextualizam historicamente a reflexão sobre os vínculos entre

economia e criatividade, notadamente a partir da obra de Celso Furtado, internacionalmente reconhecido como um dos precursores nessa ceara. Nesse ponto, destaca-se ainda a abrupta e recente descontinuidade das políticas culturais no país, apesar de relativa resiliência, como se vê por meio das alianças que foram capazes de articular ajuda financeira para trabalhadores do setor durante a pandemia (através da Lei Aldir Blanc). Na sequência, tomando uma série variada de fontes, o capítulo examina vários aspectos da economia criativa no Brasil, destacando a expansão do setor em princípios do século XXI, bem como a desigualdade regional e setorial, a concentração econômica visível na pauta de exportações e ainda a sua transformação estrutural, onde alguns setores se expandem, enquanto outros sofrem retração.

Notas

1. ADORNO, Theodor e Horkheimer, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
2. Para uma síntese das ideias de Krakauer a esse respeito, ver KRAKAUER, Siegfried. *O ornamento das massas*. São Paulo: Cosacnaify, 2009. Para uma análise sobre as precedências dessas ideias, ver HANSEN, Miriam Bratu. Estados Unidos, Paris, Alpes: Krakauer (e Benjamin) sobre o cinema e a modernidade. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.) *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naif, 2004, pp. 405-450.
3. MACHADO, Carlos Eduardo Jordão. Notes sobre Siegfried Kracauer, Walter Benjamin e a Paris do Segundo Império - pontos de contato. *História (São Paulo)*, v. 25, nº 2, pp. 48-63, 2006.
4. BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Porto Alegre: L&PM, 2018.
5. Machado, *op. cit.*, p. 60.
6. Cf. TOURAINE, Alain. *A sociedade post-industrial*. Lisboa: Moraes, 1970; BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social*. São Paulo: Cultrix, 1977; GERSHUNY, Jonathan. After

industrial society? the emerging self-service economy. London: Macmillan, 1978; JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.

7. Cf. HOWKINS, John. *Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books, 2012; SCOTT, Allen John. *Social economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford / New York: Oxford University Press, 2008; FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre: L&PM, 2011; LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. HERRNSTEIN, Richard J.; MURRAY, Charles. *The bell curve: intelligence and class structure in American life*. New York: Simon & Schuster, 1996.
8. MELLO, Evaldo Cabral de. Prefácio In: GUSMÃO, Luis. *O fetichismo do conceito: limites do conhecimento teórico na investigação social*. Rio de Janeiro, Topbooks, 2012, pp. 7-15.
9. HESSLER, Martina; ZIMMERMANN, Clemens. Introduction: Creative Urban Milieus – Historical Perspective on Culture, Economy, and the City. In: HESSLER, Martina; ZIMMERMANN, Clemens (eds.). *Creative Urban Milieus: Historical Perspective on Culture, Economy, and the City*. Frankfurt / Chicago: Chicago University Press, 2008, p. 13. O grifo é meu.
10. FARNAM, Henry W. “A economia em Shakespeare”, in: FRANCO, Gustavo Henrique Barroso e FARNAM, Henry W. *Shakespeare e a economia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009, p. 109.
11. Ibid., p. 209.
12. Citado por FRANCO, Gustavo Henrique Barroso. A economia de Shakespeare. In: FRANCO, Gustavo Henrique Barroso; FARNAM, Henry W. *Shakespeare e a economia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, pp. 54-63, 2009.
13. HASKELL, Francis. The Market for Italian Art in the 17th Century. *Past and Present*, n. 15, pp. 48-59, 1959.
14. HESSLER, Martina. “Science cities, creativity, and urban economic effects”, in: HESSLER, Martina e ZIMMERMANN, Clemens (eds.) *Creative Urban Milieus: Historical Perspective on Culture, Economy, and the City*. Frankfurt / Chicago: Chicago University Press, p. 313, 2008. O grifo é meu.
15. BORSAY, Peter. “Invention, innovation, and the ‘creative milieu’ in urban Britain: the long eighteenth century and the birth of the modern cultural economy”, in: HESSLER, Martina e ZIMMERMANN, Clemens (eds.) *Creative Urban Milieus: Historical Perspective on Culture, Economy, and the City*. Frankfurt / Chicago: Chicago University Press, pp. 92-93, 2008.

16. Uma discussão pioneira a esse respeito encontra-se em SOMBART, Werner. *Amor, luxo e capitalismo*. Lisboa: Bertrand Editora, 1990. Para um estudo mais recente, ver SCHATTNER, Angela. 'For the recreation of Gentlemen and Other Fit Persons of the Better Sort': Tennis Courts and Bowling Greens as Early Leisure Venues in Sixteenth- to Eighteenth Century London and Bath. *Sport in History*, vol. 34, nº 2, pp. 198-222, 2014.
17. MCINNES, Angus. The emergence of a leisure town: Shresbury, 1660-1760. *Past and Present*, nº 120, pp. 53-87, Aug. 1988.
18. cf. ABREU, Márcia (org.). *Romances em movimento: a circulação transatlântica dos impressos, 1789-1914*. Campinas: Editora da Unicamp, 2016.
19. HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: Edusp, pp. 237-240, 2012.
20. WERNECK, Maria Helena; REIS, Angelo de Castro (orgs.) *Rotas de teatro entre Portugal e Brasil*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012; SOUZA, Sílvia Cristina Martins de. O demônio familiar, de José de Alencar, no Teatro D. Maria II (Lisboa, 1860). *Topoi*, vol. 22, pp. 116-137, 2021; VANNUCCI, Alessandra. "Artistas dramáticos estrangeiros no Brasil", in: FÁRIA, João Roberto (dir.) *História do teatro brasileiro*, vol. 1. São Paulo: Editora SESC-SP/Perspectiva, pp. 275-295, 2012; LEVIN, Orna Messer. "Theatrical culture and global audience: French repertory in Rio de Janeiro", in: ABREU, Márcia e SILVA, Ana Cláudia Suriani da (eds.) *The cultural revolution of the nineteenth century: theatre, the book-trade and Reading in the Transatlantic world*. New York: Bloomsbury, pp. 234-250, 2016; SCHETTINI, Cristiana. "Círculo de trabalho no mercado de diversões sul-americano no começo do século XX." *Cadernos AEL*, nº 17, nº 29, pp. 103-128, 2011.
21. SOUZA, Sílvia Cristina Martins de. *As noites do Ginásio: teatro e tensões culturais na Corte, 1832-1868*. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.
22. Para o contexto do Rio de Janeiro, ver também MENCARELLI, Fernando Augusto. *Cena Aberta: a absolvição de um bilontra e o teatro de revista de Arthur Azevedo*. Campinas: Editora da Unicamp, 1999; MARZANO, Andrea. *Cidade em cena: o ator Vasques, o teatro e o Rio de Janeiro (1833-1892)*. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2009. Para outras regiões, ver Werneck e Reis, *op. cit.*, bem como os capítulos deste volume.
23. Cf. BARBIER, Frédéric. *A Europa de Gutenberg: o livro a invenção da modernidade ocidental (séculos XIII-XVI)*. São Paulo: Edusp, 2018; DARTON, Robert. *O Iluminismo como negócio: história da publicação da "Encyclopédie", 1775-1800*. São Paulo: Companhia das letras, 1996; MOLLIER, Jean-Yves. *O dinheiro e as letras: história do capitalismo editorial*.

- São Paulo: Edusp, 2010; HEMMINGS, Frederic William John. *The Theatre Industry in Nineteenth-Century France*. Cambridge University Press, 2009; BECKER, Tobias. “Before the Megamusical: The Theatre Industry in London and Berlin, 1880-1930”, in: EISENBERG, Christiane e GESTRICH, Andreas (eds.) *Cultural Industries in Britain and Germany: Sport, Music and Entertainment from the Eighteenth to the Twentieth Century*. Augsburg (Wißner-Verlag) 2012; CHARLE, Christophe, *A gênese da sociedade do espetáculo: teatro em Paris, Berlim, Londres e Viena*. São Paulo, Companhia das Letras, 2012.
24. O vínculo entre as “indústrias do lazer” e o mercado editorial foi pioneiramente destacado por PLUMB, J. H. “The commercialization of leisure”, in: MCKENDRICK, Neil; BREWER, John e PLUMB, J. H. *The birth of a consumer society: the commercialization of eighteenth-century England*. Bloomington: Indiana University Press, pp. 265-285, 1982. Para uma análise nesse sentido no Brasil, ver SCHETTINI, Cristiana. *Clichês baratos: sexo e humor na imprensa ilustrada carioca no início do século XX*. Campinas: Editora da Unicamp, 2019.
 25. Sobre o efeito da demanda por impressão de partituras, libretos e propagandas, cf. Hallewell, op. cit.
 26. MICELI, Sergio. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)*. Rio de Janeiro: Difel, 1979. Para uma reunião mais geral sobre as interpretações do autor sobre o assunto, ver também MICELI, Sergio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das letras, 2001.
 27. Para análises sobre a segunda metade do século XX, ver ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994; RIDENTI, Marcelo S. “Caleidoscópio da cultura brasileira (1964-2000)”, in: MICELI, Sergio e PONTES, Heloisa (orgs.) *Cultura e sociedade: Brasil e Argentina*. São Paulo: Edusp, pp. 21-71, 2014.
 28. Cf. MORAES, Julio Lucchesi. *São Paulo, capital artística: a cafeicultura e as artes na belle époque (1906-1922)*. São Paulo: Azougue, 2014; ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. “Empreendedores culturais imigrantes em São Paulo de 1950.” *Tempo Social*, vol. 17, nº 1, 2005; ROSSI, Mirian Silva. “Circulação e mediação da obra de arte na Belle Époque paulistana.” *Anais do Museu Paulista*, vol. 6/7, São Paulo, pp. 83-119, 1998-1999; AZEVEDO, Veruschka de Sales. *Cinema e sociabilidade nas cidades do café: Franca e Ribeirão Preto (1890-1930)*. Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2015; LAPA, José Roberto do Amaral. *A cidade, os cantos e os antros: Campinas, 1850-1900*. São Paulo, Edusp, 1996.