

COLEÇÃO CULT

Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento

Alexandre Barbalho, Elder Patrick Maia Alves,
& Mariella Pitombo Vieira (Org.)



Os trabalhadores da cultura
no Brasil: criação,
práticas e reconhecimento



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

REITOR

João Carlos Salles Pires da Silva

VICE-REITOR

Paulo Cesar Miguez de Oliveira

ASSESSOR DO REITOR

Paulo Costa Lima



EDITORA DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA

DIRETORA

Flávia Goulart Mota Garcia Rosa

CONSELHO EDITORIAL

Alberto Brum Novaes

Angelo Szaniecki Perret Serpa

Caiuby Alves da Costa

Charbel Ninõ El-Hani

Cleise Furtado Mendes

Evelina de Carvalho Sá Hoisel

José Teixeira Cavalcante Filho

Maria do Carmo Soares de Freitas

Maria Vidal de Negreiros Camargo



CULT — CENTRO DE ESTUDOS
MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

COORDENAÇÃO

Leonardo Costa

VICE-COORDENAÇÃO

Renata Rocha

COMISSÃO EDITORIAL

DA COLEÇÃO CULT

Alexandre Barbalho (Universidade
Estadual do Ceará)

Antonio Albino Canelas Rubim (UFBA)

Gisele Nussbaumer (UFBA)

José Roberto Severino (UFBA)

Laura Bezerra (UFRB)

Lia Calabre (Fundação Casa de Rui
Barbosa – RJ)

Linda Rubim (UFBA)

Liv Sovik (Universidade Federal do Rio
de Janeiro)

Mariella Pitombo Vieira (UFRB)

Marta Elena Bravo (Universidade
Nacional da Colômbia – Medellín)

Paulo Miguez (UFBA)

Renata Rocha (UFBA)

Renato Ortiz (UNICAMP)

Rubens Bayardo (Universidade de

Buenos Aires – Universidade San Martin)

COORDENADOR DA

COMISSÃO EDITORIAL

Antonio Albino Canelas Rubim

COLEÇÃO CULT

Os trabalhadores da cultura
no Brasil: criação,
práticas e reconhecimento

*Alexandre Barbalho,
Elder Patrick Maia Alves,
Mariella Pitombo Vieira
(Organizadores)*

EDUFBA
SALVADOR, 2017

2017, autores.

Direitos para esta edição cedidos à EDUFBA.

Feito o depósito legal.

Grafia atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, em vigor no Brasil desde 2009.

REVISÃO Equipe EDUFBA

NORMALIZAÇÃO Susane Barros

DIAGRAMAÇÃO Gabriela Nascimento

FOTO DA CAPA Gabriel Cayres

Sistema de Biblioteca – SIBI /UFBA

Os trabalhadores da cultura no Brasil : criação, práticas e reconhecimento / Alexandre Barbalho, Elder Patrick Maia Alves, Mariella Pitombo Vieira (organizadores).- Salvador: EDUFBA, 2017. (Coleção Cult).

276 p.

ISBN 978-85-232-1619-1

1. Industria cultural - Brasil. 2. Pessoal da área da cultura - Brasil. 3. Mercado de trabalho. I. Barbalho, Alexandre. II. Alves, Elder Patrick Maia. III. Vieira, Mariella Pitombo. IV. Título.

CDD - 306.40981

EDITORA FILIADA À:



EDUFBA Rua Barão de Jeremoabo, s/n – *Campus* de Ondina,
Salvador – Bahia cep 40170 115 tel/fax (71) 3283-6164
www.edufba.ufba.br edufba@ufba.br

SUMÁRIO

- 7
Apresentação
*Alexandre Barbalho, Elder Patrick Maia Alves e
Mariella Pitombo Vieira*
- 11
Análise do mercado de trabalho cultural
Frederico Barbosa
- 41
As grandes corporações culturais e o trabalho criativo
Elder Patrick Maia Alves
- 65
Novas profissões e carreiras artístico-culturais
Manoel Silvestre Friques
- 89
E se a economia da cultura debatesse com mais frequência o trabalho?
Notas sobre a organização dos interesses laborais no
campo cultural
João Domingues
- 121
A formação e a profissionalização do gestor cultural: emergências,
políticas e desafios
Leonardo Costa e Renata Rocha

149

As moedas criativas e a subsunção do trabalho cultural

Ruy Sardinha Lopes e Danielle Edite Ferreira Maciel

175

Carreiras artístico-culturais e economia criativa: princípios, valores e tensões em processos de formação e profissionalização

Mariella Pitombo e Frederico Barbosa

201

O Vale-Cultura e o mundo do trabalho cultural

Alexandre Barbalho

223

Mercado de trabalho e economia da cultura: uma perspectiva crítica e conciliadora do MEI no Brasil

Tiago Costa Martins e Marcela Guimarães e Silva

243

Trabalho e renda na economia criativa de Salvador

Daniele Pereira Canedo

Apresentação

Alexandre Barbalho

Elder Patrick Maia Alves

Mariella Pitombo Vieira

Nas últimas três décadas, a aproximação estrutural entre o domínio estético-expressivo e o domínio econômico-comercial fez eclodir novas e diferenciadas competências criativas, artísticas, tecnológicas e culturais. O trabalho cultural, as atividades de criação artísticas e os processos técnicos e tecnológicos a elas associados estão no centro dessas transformações, integram as novas cadeias globais de serviços simbólicos especializados e as indústrias transnacionais do imaginário. Por trás da expansão dos mercados culturais globais e nacionais nos últimos dez anos, acompanhados da respectiva intensi-

ficação do fluxo comercial dos bens e serviços simbólico-culturais, está a criação de valor simbólico-econômico propiciado pelo trabalho cultural. Este livro busca descortinar a composição, a estrutura, a expansão, as tensões, as assimetrias, as lutas e as formas de reconhecimento político-profissional dos trabalhadores da cultura no Brasil.

Os anos de 2016 e 2017 foram particularmente alvissareiros para a agenda de pesquisa acerca dos mercados culturais no Brasil. Compostos por seis agentes estruturais fundamentais – empresas culturais especializadas; trabalhadores da cultura; organizações estatais, notadamente bancos de desenvolvimento; empresas não culturais; bancos privados e os gastos/consumo das famílias com os bens e serviços culturais –, as pesquisas e os estudos sistematizados, rigorosos e atualizados, finalmente emergiram nesse período. Não significa assinalar que antes tais trabalhos não haviam aparecido e deixado marcas indeléveis no debate acadêmico especializado e no processo de construção das tomadas de decisão no âmbito das políticas públicas de cultura. Significa sustentar, todavia, que agora, e somente agora, os esforços conjugados e tenazes de uma rede multifacetada de pesquisadores, pertencentes a diferentes instituições brasileiras, pode, finalmente, evidenciar, de maneira clara, descritiva, precisa e amparada em farto acervo de dados quantitativos e qualitativos, a relevância econômica e o significado estratégico dos mercados culturais no Brasil. Em face dessa assertiva, é preciso assinalar que, no decurso dos anos de 2016 e 2017, ocorreu um suave, mas decisivo deslocamento. Grande parte da sistematização de dados acerca dos mercados culturais existentes no Brasil, ou daquilo que se conveniou chamar de economia criativa e/ou indústrias criativas, esteve sob os auspícios e controle de importantes organizações empresariais, como a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan). Embora os dados coletados, sistematizados e difundidos pela Firjan tenham nutrido o debate acadêmico especializado e retroalimentado um circuito de temas novos integrado por gestores públicos e assessores técnicos responsáveis pelas tomadas de decisões na esfera público-esta-

tal, as reflexões e os dados ali contidos não lograram o grau de precisão, domínio e sistematização que os livros, artigos, dossiês e coletâneas publicados em 2016 e 2017.

Salta aos olhos que, nos anos supracitados, emergiram nada menos do que oito relevantes publicações que, cada uma a sua maneira, imprimiu uma marca definitiva na agenda de pesquisa sobre os mercados culturais no Brasil e, com efeito, certamente incidirá sobre os processos de tomada de decisão envolvendo as políticas públicas de cultura. Integra essa alvissareira lufada de trabalhos, o *Atlas econômico da cultura brasileira*, que conta com cinco volumes (os dois primeiros já disponibilizados gratuitamente na internet), organizado por Valiati e Fialho, publicado pelo Ministério da Cultura (MinC) em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); a publicação *Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil*, publicado pelo Serviço Brasileiro de Apoios à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE); o dossiê *Agenda da sociologia da esfera cultural contemporânea*, publicado pelo *Caderno de Recursos Humanos* da Universidade Federal da Bahia (CRH/UFBA), organizado por Edson Farias; a publicação *O capitalismo cultural digital: investimento cultural público versus incentivo fiscal*, publicado pelo Observatório Itaú Cultural, de autoria de Elder Alves; a publicação *Trabalho artístico e técnico na indústria cultural*, organizado por Liliana Segnini e Maria Noel Bulloni, publicado pelo Observatório Itaú Cultural; a publicação *Mapeamento dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil (1995-2015)*, organizado por Gisele Jordão e Renata Alluci; o dossiê *Consumo cultural no Brasil contemporâneo*, publicado pela Revista de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará (UFC), organizado por Elder Alves e Edson Farias; e ainda o dossiê *Mercados culturais*, publicado pela *Revista de Ciências Sociais* da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), organizado por Milene Gusmão e Mariella Pitombo.

Este livro se inscreve no acervo de publicações arrolado acima. É mais um instrumento rigoroso, sistemático e atualizado acerca de um dos

agentes estruturais dos mercados culturais brasileiros: os trabalhadores da cultura. É resultado do esforço coordenado de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, situados em distintas regiões brasileiras. O fio condutor que os une é muito mais empírico-temático e muito menos teórico-analítico. Diferente da fortuna empírica que os trabalhos arrolados acima compõem – concentrados em diferentes aspectos e faces dos mercados culturais brasileiros – este livro tem como objeto exclusivamente o trabalho cultural, para o qual confere grande atenção e a devida relevância político-econômica.

Organizadores

Análise do mercado de trabalho cultural

*Frederico Barbosa**

O uso de indicadores de trabalho na cultura

Os indicadores são medidas numéricas que objetivam processos e fluxos complexos. Em geral, pressupõem relações entre as variáveis que podem ser de simples correlações até causalidades fortes. A modelagem, isto é, a pressuposição racional ou formal de relações entre variáveis permite a simplificação, mas também a constatação da existência dos fenômenos.

Os indicadores são moedas de dois lados, sendo um deles uma expressão numérica e o outro uma expressão conceitual. A interpretação de um indicador

* Pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e professor de Políticas Públicas e Pensamento Social Brasileiro no Programa de Mestrado e Doutorado do Centro Universitário de Brasília (UNICEUB).

representa um vai e vai entre a expressão objetivada e um conjunto de assertivas teóricas.

Os indicadores são descritivos e normativos ao mesmo tempo, representando a realidade e expressando valores ou modos de ver esta mesma realidade. Portanto, a delimitação precisa das medidas permite conferir aos indicadores usos controlados. O uso de um indicador nem sempre é representar, mas sinalizar, chamar a atenção, alertar ou simplesmente, ao dimensionar, colocar na agenda política.

Qualquer indicador do desenvolvimento da economia da cultura tem todas estas dimensões. Em primeiro lugar, simplifica seletivamente processos e fluxos complexos. Esse indicador liga-se a processos econômicos e sociais mais amplos expressando alguns dos seus dinamismos e relações. Entretanto, não vai expressar direções rígidas, ou seja, se os aumentos ou diminuições das quantidades medidas são bons ou não. Trata-se de uma descrição dos estados do fenômeno medido e de suas relações com agregados comparáveis.

Em segundo lugar, o aumento ou diminuição das medidas isto é, do número de trabalhadores na cultura não expressa a qualidade da produção simbólica e nem das suas relações com a tradicionalidade dos dinamismos culturais. Também não expressa as práticas amadoras e o cotidiano das relações sociais, das suas expressões ritualizadas, comunitárias e solidárias.

Finalmente, o indicador de trabalho cultural expressa os dinamismos do setor e das profissões culturais nas suas inter-relações com outros agregados importantes da economia. Especialmente importante na descrição é a distribuição dos dinamismos territorialmente. Não cabe dissimular ingenuidades relacionadas ao nível de agregação dos dados, apesar do mercado de trabalho cultural brasileiro ser dinâmico, é clivado em múltiplas direções por desigualdades e insuficiências dinâmicas, especialmente em termos regionais e territoriais.

Construção dos indicadores e de espaços de interpretação

Muitas discussões sobre o relacionamento entre trabalho e cultura apontam para a redução do fenômeno cultural às suas dimensões quantificáveis. As imperfeições do instrumento estatístico traem a riqueza do fenômeno ou dos discursos teóricos, perfeitos e inquestionáveis em seu gênero narrativo, a respeito da cultura. Os “intelectuais da cultura” estão sempre certos em seus discursos prévios à respeito da cultura e dos poderes mágico-transcendentais de transformação e emancipação social. Segundo esses teóricos, o raciocínio estatístico tem o sentido da redução do fenômeno ético, filosófico e político da cultura aos mercados, ou aos mercados de bens simbólicos, algo com sabores capitalistas e neoliberais. De outro lado, acusam as pesquisas estatísticas de positivismo, uma acusação opaca e sem sentido depois dos avanços das pesquisas no âmbito da sociologia e história da ciência.¹

Por sua vez, os estatísticos não deixam muito a desejar no que se refere às suas certezas corporativas. As estatísticas devem muito de suas características às necessidades de segmentações e classificações precisas das atividades e respondem a estas necessidades com trabalho intensivo de separação, segmentação e classificação, tendo como objetivo final a organização de dados econômico-sociais em categorias unificadas e homogêneas, o que também permite a construção de espaços de enunciados generalizantes.

Evitam-se aqui as majorações teóricas e, sem aceitar complementemente as pressuposições do instrumento estatístico (a nosso ver, parte do trabalho cultural é amador e multifuncional), construímos dados do mercado de trabalho na cultura, interpretando-o à luz da ideia dos seus múltiplos desenvolvimentos regionais e territoriais. Conceitualmente, estaremos falando de heterogeneidades, desigualdades dinâmicas de desenvolvimento de mercados de trabalho culturais sem as majorações teóricas e as acusações ideológicas dos “intelectuais da cultura” a

respeito dos mercados culturais em geral e das necessidades de reinvenções e redescobrimientos do Brasil.

Optamos por movimentar a descrição no espaço das estatísticas reconstruídas e de seu campo de pertinência empírica, mantendo as reflexões indexadas aos sentidos do contexto de valorização da cultura como parte dos processos econômicos e das transformações do papel do Estado nas garantias dos direitos econômicos, sociais e culturais.

Quadro 1 – Composição do mercado de trabalho cultural – CBO e CNAE

COMPOSIÇÃO DOS OCUPADOS DO SETOR CULTURAL CBO	COMPOSIÇÃO DO SETOR CULTURAL - CNAE
Arquitetos	Edição e livreria
Publicidade	Comunicações
Documentação, conservação e patrimônio	Sistemas restritos de informação
Profissões literárias	Arquitetura
Profissões das artes e do espetáculo	Publicidade
Fotógrafos	Rádio e televisão
Profissionais das artes plásticas e do design	Outras atividades artísticas e do espetáculo
Arte popular e artesanato	Conservação do patrimônio
	Atividades desportivas e outras relacionadas ao lazer

Fonte: elaboração do autor.

Abstraímos importantes críticas a respeito da homogeneização cultural e da cultura da pobreza, não em nome da sua não pertinência teórica, mas da sua não pertinência a uma descrição empírica da cultura em seus aspectos dinâmicos e plurais, ademais de conterem extrapolações interpretativas em direções filosóficas e normativas de difícil sustentação sociológica. Sociologicamente as culturas são interdependentes. As experiências culturais não se tornam empiricamente homogêneas e nem são fechadas em nichos de tradicionalidade, ao contrário, se relacionam e se transformam no quadro de diferentes formas de acesso a capacidades e recursos. As opções culturais não são abstratas, mas

situadas no quadro das fricções, oposições e convergências entre os atores sociais.

Desenvolvimento cultural significa o conjunto de transformações econômicas, sociais e culturais, que reconhecem e respeitam modos de vida e que implicam em maior bem-estar coletivo e individual. (SILVA; ARAÚJO, 2010) Portanto, o desenvolvimento cultural é um concentrado conceitual que implica em respeito aos direitos civis, sociais e transgeracionais, contendo elementos dinâmicos e normativos.

Nesse sentido, maior participação dos mercados de trabalho cultural implicaria em maiores possibilidades de acesso a bens, embora informações a respeito da estrutura do tempo livre e disposições estruturadas devessem, ao lado de informações sobre a estrutura de produções amadoras e tradicionais, complementar a interpretação sociológica a respeito dos dinamismos globais da cultura.

Ao mesmo tempo, remete-se o conjunto de assertivas interpretativas no quadro das estatísticas a seus desdobramos em contextos territoriais comparáveis formalmente, mas não sob todos os pontos e vista. Mantemos o máximo de tempo o caráter de descrição empírica a partir dos dados estatísticos e remetemos as discussões conceituais e de escopo para a literatura pertinente.

As dimensões do trabalho cultural

A análise seguinte tem por objetivo avaliar o comportamento do mercado de trabalho cultural brasileiro entre 2002 e 2014, com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (PNAD/IBGE). A análise referencia o Mercado de Trabalho Cultural (MTC) ao conjunto do mercado de trabalho brasileiro e compara-o a outros setores econômicos.²

A economia brasileira passa por momento delicado, seus indicadores demonstram níveis baixos de atividade, taxas de desemprego elevadas e a inflação ainda é objeto de preocupação. A análise que se segue não tem

como objeto a conjuntura, mas demonstrar o potencial dos mercados culturais na geração de trabalho e renda. O setor apresenta dinâmismo sua ativação como área econômica pode implicar em constituí-lo como estratégico politicamente, como uma das linhas alternativas e de apoio para a retomada de processos virtuosos de desenvolvimento.

O MTC pode ser delimitado de diferentes maneiras. Aqui serão consideradas as atividades conectadas com a produção cultural conforme o escopo descrito a seguir.

Composição do setor cultural (CNAE)³

1. Edição, livro e leitura
2. Comunicações
3. Sistemas restritos de informação (internet)
4. Arquitetura
5. Publicidade
6. Rádio e televisão
7. Outras atividades artísticas e de espetáculos
8. Conservação do patrimônio
9. Atividades desportivas e outras relacionadas ao lazer
10. Audiovisual

Ocupação

A Tabela 1 mostra a trajetória da taxa agregada de ocupações no MTC para os anos 2002 a 2014. No ano 2002, o setor cultural totalizava 2,8 milhões de ocupações ou 3,68% do total. Em 2014 a cultura chegava a 3,7 milhões de ocupações ou 3,96% do total, sendo que em 2008 essa participação alcançou 4,21%, maior do período.

Em 2014, o MTC cresceu 34% em relação ao observado em 2002, portanto, foi mais dinâmico do que mercado de trabalho brasileiro que cresceu 24% no período.

O período apresentou variações nas taxas anuais de crescimento, como mostra a Tabela 1. Em 2008, quando se observou a maior variação positiva do período, a taxa foi de 9,3% em relação a 2007, enquanto essa taxa também foi positiva em 2,6% para o mercado de trabalho geral. Por outro lado, em 2013 a variação média anual na cultura foi de 8,6% negativa, enquanto a variação era positiva em 1% para o mercado global. Na média do período, entretanto, a variação foi de 2,6% na cultura contra 1,8% no mercado de trabalho total.

Tabela 1 – Evolução do mercado de trabalho cultural entre 2002 e 2014

ANO	TRABALHO CULTURAL	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL	2002=100	% TRABALHOS CULTURAIS NO TOTAL	% DA MASSA SALARIAL NA CULTURA NO TOTAL
2002	2,826,212	-	100	3.68	7.05
2003	2,833,191	0.2%	100	3.63	6.67
2004	3,047,153	7.6%	108	3.71	6.65
2005	3,207,074	5.2%	113	3.80	7.04
2006	3,447,915	7.5%	122	4.00	6.74
2007	3,455,487	0.2%	122	3.95	6.71
2008	3,777,651	9.3%	134	4.21	6.95
2009	3,747,650	-0.8%	133	4.16	7.19
2011	3,821,154	2.0%	135	4.20	6.86
2012	3,854,475	0.9%	136	4.18	6.74
2013	3,524,734	-8.6%	125	3.78	6.48
2014	3,784,224	7.4%	134	3.96	6.96

Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

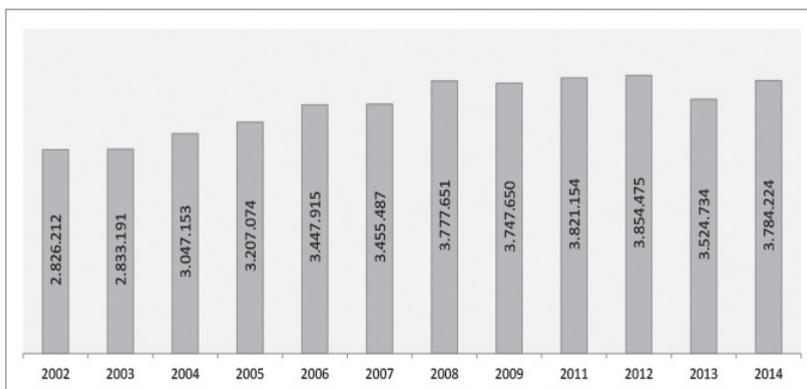
Elaboração: Disoc/lpea/autores com base em microdados da Pnad.

A cultura contribui de forma intensa na geração de postos de trabalho e também arrefece ciclos negativos no mercado de trabalho. Mas, em algumas conjunturas, é mais sensível aos processos de crise. Inclusive, pode-se dizer que o aumento ou diminuição da massa salarial é especialmente sensível aos processos econômicos globais (o aumento

médio da massa salarial na cultura e no mercado global é similarmente próxima a 4,8%, mas com variações de muita intensidade, com quedas e recuperações acentuadas).

A massa salarial da cultura era, em 2002, 7,05% do total, participação que se retraiu para 6,96% em 2014, chegando a R\$ 10 bilhões.

Gráfico 1 – Evolução do mercado de trabalho cultural entre 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

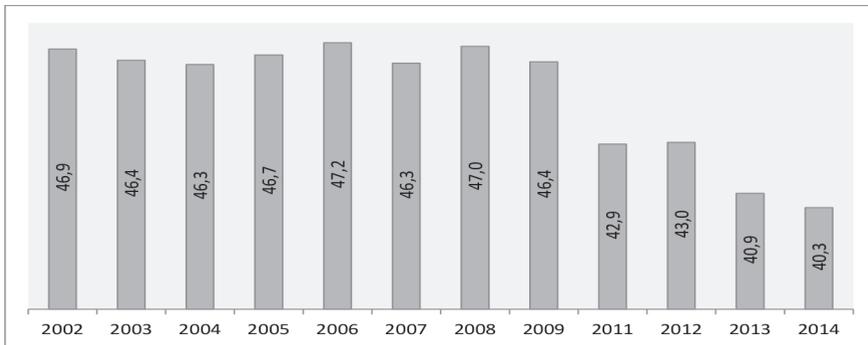
Para entender melhor as características do mercado de trabalho cultural, é interessante desagregá-lo por faixa etária e depois distribuí-lo regionalmente pelas grandes regiões e regiões metropolitanas selecionadas.

O MTC é composto por percentual significativo de jovens. O Gráfico 2 apresenta a evolução da participação dos jovens de 15 a 29 anos no mercado de trabalho cultural e o declínio gradual de sua participação. Em 2002, os jovens representavam 46,9% do mercado de trabalho cultural, percentual que se retrai para 40,3% (2 milhões, 312 mil jovens em 2014).

O MTC é predominantemente urbano-metropolitano, concentrado no Rio de Janeiro e São Paulo e na região Sudeste. O Gráfico 3 mostra a relativa estabilidade da concentração e das desigualdades de dinâmismos do mercado de trabalho cultural. A concentração aumenta para as

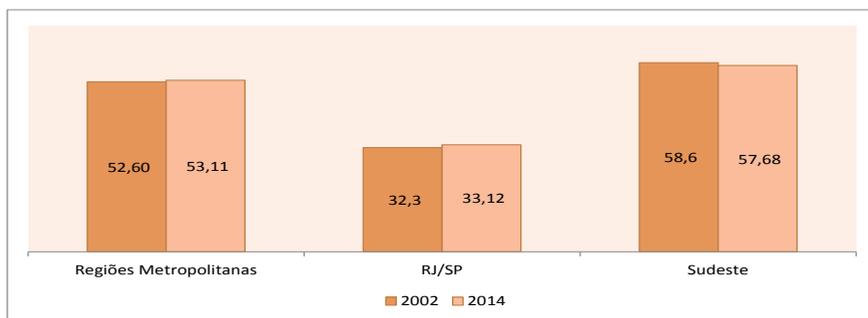
regiões metropolitanas (de 52,6% em 2002 para 53,1% em 2014), para RJ/SP (de 32,3% para 33,12%) e diminuição para a região Sudeste (de 58,6% para 57,6%).

Gráfico 2 – Evolução da participação dos jovens no mercado de trabalho cultural entre 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).
Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

Gráfico 3 – Distribuição do mercado de trabalho cultural por regiões metropolitanas, Rj/Sp e região Sudeste, 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).
Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

Salário médio e escolaridade

O rendimento médio do mercado cultural é relativamente alto e registrou muitas variações importantes no período. O rendimento médio diminuiu relativamente a 2002 entre 2003 e 2008, depois foi se recuperando. O rendimento médio do MTC era de R\$ 2.123 em 2002 e chega a R\$ 2.759 em 2014.

O rendimento médio geral chega a ser, em 2014, cerca de 41% superior ao de 2002 e, embora se aproxime em relação aos rendimentos médios da cultura (em 2002 o salário médio da cultura era quase o dobro em relação ao salário médio geral) em 2014 ainda é bastante inferior ao rendimento médio da cultura (R\$ 1.537 contra R\$ 2.759). Na média o salário cresce cerca 3,3%, enquanto o da cultura cresce 2,6%, mantendo-se, como se viu superior relativamente.

A escolaridade média da cultura era 53% superior ao do mercado de trabalho em geral em 2002. A escolaridade geral cresceu e a diferença em 2014 caiu para 37%. A média de anos de estudo do mercado de trabalho chega a 8,7 anos de estudos enquanto o da cultura chegou a 11,8 (2014) como se depreende da Tabela 2.

Tabela 2 – Salário-médio e escolaridade no mercado de trabalho brasileiro e na cultura 2002 e 2014

ANO	SALÁRIO MÉDIO BRASIL	ANOS DE ESTUDO_ BRASIL	SALÁRIO MÉDIO CULTURA	ANOS DE ESTUDO_ CULTURA	S.M CULTURA/ BRASIL	A.E CULTURA/ BRASIL
2002	1,090	6.8	2,123	10.4	95	53
2003	1,021	7.0	1,898	10.5	86	51
2004	1,019	7.1	1,863	10.5	83	48
2005	1,055	7.2	1,977	10.7	87	49
2006	1,144	7.4	1,966	10.8	72	46
2007	1,188	7.6	2,060	10.9	73	43
2008	1,222	7.8	2,049	11.0	68	40
2009	1,253	8.0	2,206	11.1	76	39
2011	1,391	8.3	2,314	11.1	66	34
2012	1,479	8.5	2,432	11.3	64	33

ANO	SALÁRIO MÉDIO BRASIL	ANOS DE ESTUDO_ BRASIL	SALÁRIO MÉDIO CULTURA	ANOS DE ESTUDO_ CULTURA	S.M CULTURA/ BRASIL	A.E CULTURA/ BRASIL
2013	1,534	8.6	2,695	11.7	76	36
2014	1,537	8.7	2,759	11.8	80	37

Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

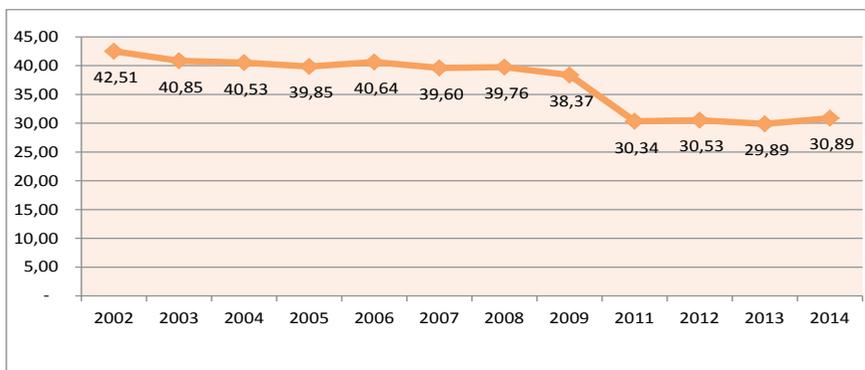
Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

Informalidade

Analisando o tipo de inserção no mercado de trabalho dos trabalhadores em atividades culturais, observa-se elevada precariedade, onde, em 2014, cerca de um terço era de trabalhadores informais. Em todo período analisado, a proporção de trabalhadores ocupados e informais (conta própria ou sem carteira) é bastante grande, mas a trajetória é declinante a partir de 2009, menos entre os anos 2013 e 2014, quando se observa uma leve inversão na tendência de declínio.

O Gráfico 4 mostra o declínio gradual das taxas de informalidade de 42,5% em 2002 para 30,34% em 2011 e sua estabilidade nos anos seguintes, com ligeiro aumento para 30,89% em 2014.

Gráfico 4 – Informalidade do mercado de trabalho cultural entre 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

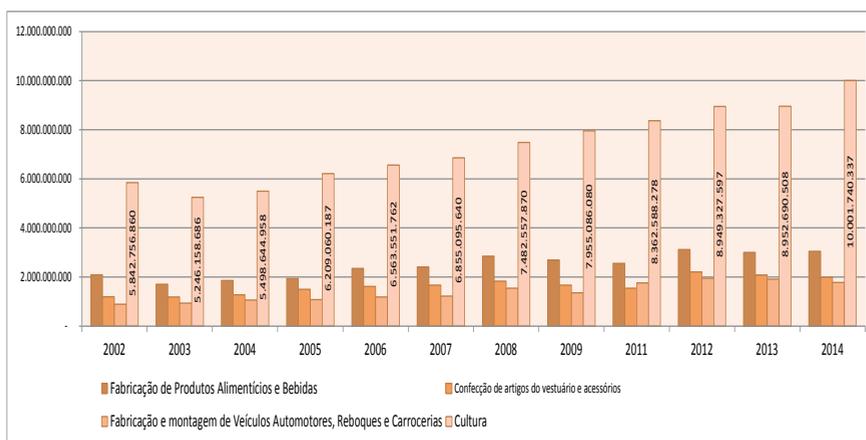
Comparação entre cultura, alimentos e bebidas, indústria automotiva e confecções

Os dados apresentados nos Gráficos 5, 6 e 7 permitem a comparação da massa salarial, das ocupações e do rendimento médio entre áreas diversas. A cultura é um agregado construído, composto por atividades do setor de serviços e da indústria, como já se assinalou.

A massa salarial movimentada no mercado de trabalho cultural é uma das maiores comparativamente. No rol das indústrias selecionadas, é maior do que a da indústria de alimentos e bebidas, do vestuário e da indústria automotiva.

A indústria alimentícia tinha massa salarial de R\$ 2 bilhões, a de vestuário de R\$ 1,1 bilhão e a automotiva de R\$ 889 milhões em 2002 e passam a R\$ 3 bilhões, R\$ 1,9 bilhões e R\$ 1,7 bilhões em 2014, enquanto a cultura salta de R\$ 5,8 bilhões (2002) para R\$ 10 bilhões em 2014.

Gráfico 5 – Massa salarial comparada cultura, alimentos e bebidas, indústria automotiva e confecções entre 2002 e 2014

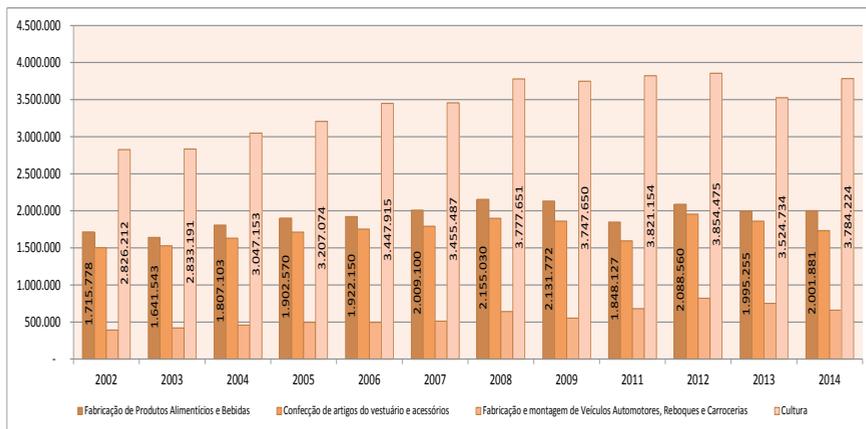


Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

O Gráfico 6 apresenta a evolução dos empregos nos setores selecionados. O setor automotivo foi que apresentou maior crescimento, saindo de 391,7 mil empregos em 2002 para 660,7 mil em 2014. O setor de alimentos, por sua vez, sai de 1,7 milhões de empregos (2002) para 2 milhões em 2014, enquanto o setor cultural sai de 2,8 milhões em 2002 e vai para 3,7 milhões de empregos.

Gráfico 6 – Ocupações cultura, alimentos e bebidas, indústria automotiva e confecções entre 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).

Elaboração: Disoc/lpea/autores com base em microdados da Pnad.

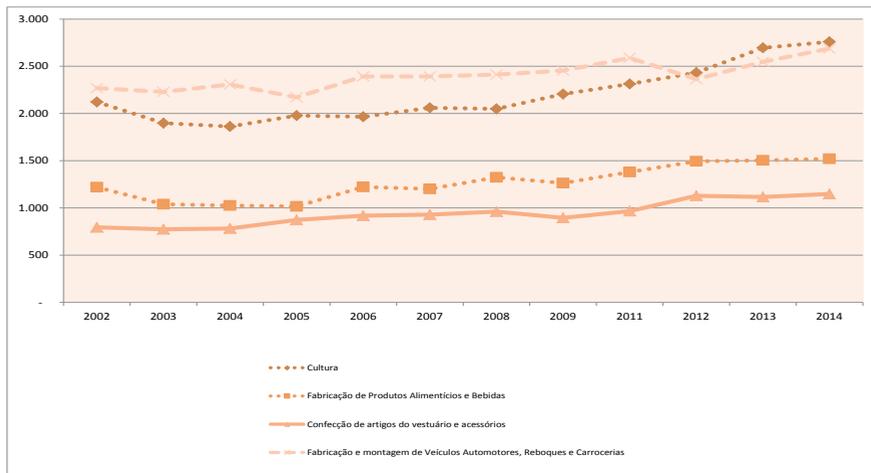
O Gráfico 7 apresenta a evolução dos rendimentos médios comparada entre os setores. O rendimento médio da cultura foi menor apenas ao do setor automotivo até 2012, depois o ultrapassa. Em 2002 o rendimento era 7% maior ao da cultura. A situação se inverte em 2014, quando o rendimento médio da cultura passa a ser 2,7 p.p maior.

Até aqui, procurou-se analisar de forma sintética as principais características do mercado de trabalho setorial da cultura. Em termos gerais, ficou demonstrada a importância da participação das atividades

culturais nos dinamismos econômicos, sobretudo na geração de ocupações e renda.

Também se mostrou o quanto as ocupações na cultura podem ser atrativas, individualmente, dada a presença de maiores salários e para o aumento de produtividade pela maior qualificação relativa, dada a maior escolaridade média.

Gráfico 7 – Evolução dos rendimentos médios cultura, alimentos e bebidas, indústria automotiva e confecções entre 2002 e 2014



Fonte: Microdados da Pnad (IBGE).
Elaboração: Disoc/Ipea/autores com base em microdados da Pnad.

Para a seção seguinte construiu-se as informações a partir de outra abordagem e que implica em duas direções: a) a municipalização das informações de trabalho para o setor e para as ocupações culturais; b) ranqueamento de municípios, microrregiões e mesorregiões pela participação do trabalho cultural na totalidade do mercado de trabalho.

As territorialidades do trabalho cultural

O mercado de trabalho foi construído sob dois pontos de vista: como setor de atividades econômicas e como ocupações específicas, conforme a Tabela 3 e seguintes.⁴

A generalização e a comparação desconsideram os efeitos de composição interna aos conjuntos estatísticos, mas contrasta diferentes níveis de agregação territorial: a) Brasil; b) Grandes regiões; c) Estados; d) Mesorregiões; e) Microrregiões; f) Municípios.

Tabela 3 – Mercado de trabalho cultural no Brasil, grandes regiões, 2010

	CÓDIGO	POP	CNAE CULTURA	CBO CULTURA	MERCADO DE TRABALHO TOTAL	% CNAE	% CBO
Brasil	0	100	100	100	100	8.8	7.3
Norte	1	8.3	6.7	6.7	7.3	8.1	6.7
Nordeste	2	27.8	22.8	24.3	24.1	8.3	7.3
Sudeste	3	42.1	47.5	45.7	44.1	9.5	7.5
Sul	4	14.4	15.4	15.5	16.5	8.2	6.8
Centro-Oeste	5	7.4	7.7	7.8	8.0	8.5	7.1

Fonte: Censo/IBGE (2010).

Para facilitar a visualização, mas não com intenções normativas, optou-se pela apresentação em ordem decrescente dos maiores para os menores mercados de trabalhos, depois dos 13 maiores e menores e, finalmente o ranking das 26 microrregiões de maior porte em termos de mercado de trabalho cultural. Como apêndices estão mapas com diferentes escalas territoriais.

A ideia aqui é simples. O objetivo é desenhar a análise em diferentes escalas territoriais, com a intenção de refletir sobre possibilidade políticas e de ação estratégica. Por essa razão não faremos uma descrição e nem enfatizaremos discursivamente as posições e magnitudes apresentadas.

Tabela 4 – Mercado de trabalho cultural no Brasil, UF, 2010

	POP	CNAE CULTURA	CBO CULTURA	MERCADO DE TRABALHO TOTAL	% CNAE	% CBO
São Paulo	22	25,4	24,5	23,2	9,7	7,7
Minas Gerais	10	10,2	9,9	10,7	8,4	6,7
Rio de Janeiro	8,4	10,0	9,6	8,3	10,7	8,4
Bahia	7,3	6,0	6,3	6,8	7,8	6,8
Paraná	5,5	6,0	5,7	6,1	8,5	6,8
Rio Grande do Sul	5,6	5,9	6,2	6,4	8,1	7,0
Ceará	4,4	3,7	4,1	3,9	8,4	7,6
Pernambuco	4,6	3,6	3,9	3,9	8,1	7,1
Santa Catarina	3,3	3,5	3,6	3,9	7,8	6,6
Goiás	3,1	3,1	3,0	3,4	7,9	6,4
Pará	4,0	2,7	2,9	3,4	7,0	6,2
Maranhão	3,4	2,6	2,8	2,7	8,2	7,5
Distrito Federal	1,3	1,9	2,0	1,5	11,4	9,6
Espírito Santo	1,8	1,8	1,7	2,0	8,1	6,2
Paraíba	2,0	1,8	1,9	1,7	9,1	7,9
Amazonas	1,8	1,6	1,5	1,5	9,0	7,1
Rio Grande do Norte	1,7	1,5	1,5	1,4	9,3	7,6
Piauí	1,6	1,5	1,6	1,4	9,4	8,3
Mato Grosso	1,6	1,4	1,5	1,7	7,6	6,4
Mato Grosso do Sul	1,3	1,3	1,3	1,4	8,3	6,8
Alagoas	1,6	1,2	1,3	1,3	8,1	7,3
Sergipe	1,1	0,9	1,0	1,0	7,9	7,4
Tocantins	0,7	0,7	0,7	0,7	9,7	7,7
Rondônia	0,8	0,7	0,6	0,8	6,9	5,5
Amapá	0,4	0,4	0,4	0,3	10,8	9,8
Acre	0,4	0,4	0,3	0,3	9,7	7,5
Roraima	0,2	0,3	0,2	0,2	11,6	8,4

Fonte: Censo/IBGE (2010).

Tabela 5 – Mercado de trabalho cultural no Brasil, 13 maiores e menores mesorregiões pela participação CNAE, 2010.

	POPULAÇÃO	CNAE CULTURA	CBO CULTURA	MERCADO DE TRABALHO TOTAL	% CNAE	% CBO
13 MAIORES						
Metropolitana de São Paulo	11,1	14,6	14,2	11,7	10,9	8,8
Metropolitana do Rio de Janeiro	6,6	8,3	7,9	6,5	11,2	8,8
Metropolitana de Belo Horizonte	3,3	4,1	3,8	3,5	10,1	7,9
Metropolitana de Porto Alegre	2,5	3,1	3,2	2,8	9,7	8,4
Metropolitana de Curitiba	1,8	2,5	2,3	2,1	10,4	8,1
Metropolitana de Salvador	2,2	2,4	2,2	2,2	9,6	7,2
Campinas	2,0	2,3	2,2	2,2	9,0	7,1
Metropolitana de Recife	1,9	2,0	1,9	1,7	10,0	8,2
Distrito Federal	1,3	1,9	2,0	1,5	11,4	9,6
Metropolitana de Fortaleza	1,8	1,9	1,8	1,8	9,4	7,4
Centro Goiano	1,6	1,8	1,8	1,8	8,6	7,0
Macro Metropolitana Paulista	1,4	1,5	1,3	1,5	8,6	6,3
Vale do Paraíba Paulista	1,2	1,4	1,2	1,2	9,6	7,1
13 MENORES						
Sertão Alagoano	0,2	0,1	0,2	0,2	6,2	5,9
Borborema	0,2	0,1	0,1	0,1	7,3	6,8
Nordeste Mato-grossense	0,1	0,1	0,1	0,1	7,0	6,8
Sul Maranhense	0,2	0,1	0,1	0,1	7,1	6,7
Pantaneis Sul Mato-grossense	0,1	0,1	0,1	0,1	7,9	6,7
Sudoeste Amazonense	0,2	0,1	0,1	0,1	6,7	6,9
Noroeste Goiano	0,1	0,1	0,1	0,1	7,1	5,9
Vale do Juruá	0,1	0,1	0,1	0,1	10,4	8,6
Sul Amazonense	0,1	0,1	0,1	0,1	6,2	7,1
Sertão Sergipano	0,1	0,1	0,1	0,1	5,8	5,5
Sul de Roraima	0,0	0,0	0,0	0,0	9,9	6,7
Norte Amazonense	0,1	0,0	0,0	0,0	7,8	8,8
Norte do Amapá	0,0	0,0	0,0	0,0	8,9	8,4

Fonte: Censo/IBGE (2010).

Tabela 6 – Mercado de trabalho cultural no Brasil, 26 maiores microrregiões pela participação CNAE, 2010.

	POPULAÇÃO	CNAE CULTURA	CBO CULTURA	MERCADO DE TRABALHO TOTAL	% CNAE	% CBO
São Paulo	7,2	10,6	10,6	7,9	11,9	9,8
Rio de Janeiro	6,1	7,8	7,4	6,0	11,4	8,9
Belo Horizonte	2,5	3,4	3,2	2,8	10,7	8,3
Porto Alegre	1,9	2,6	2,6	2,1	10,8	9,0
Curitiba	1,6	2,3	2,2	1,9	10,8	8,5
Salvador	1,8	2,1	1,9	1,8	10,1	7,4
Brasília	1,3	1,9	2,0	1,5	11,4	9,6
Fortaleza	1,8	1,9	1,8	1,7	9,6	7,4
Recife	1,7	1,8	1,8	1,5	10,4	8,5
Campinas	1,4	1,8	1,6	1,5	10,0	7,5
Goiânia	1,1	1,4	1,3	1,3	9,2	7,4
Manaus	1,1	1,1	0,9	1,0	10,0	6,9
Belém	1,1	1,1	1,1	1,0	9,1	7,4
Osasco	0,9	1,0	1,0	1,0	9,6	7,6
Vitória	0,8	1,0	0,9	0,9	9,8	7,2
São José dos Campos	0,7	0,9	0,8	0,8	10,2	7,1
Florianópolis	0,5	0,8	0,7	0,6	13,3	9,5
Santos	0,8	0,8	0,8	0,8	9,5	7,1
Sorocaba	0,7	0,7	0,6	0,7	8,8	6,1
Agglomeração Urbana de São Luís	0,7	0,7	0,7	0,6	9,9	7,6
Guarulhos	0,7	0,7	0,6	0,7	8,2	6,4
Moji das Cruzes	0,7	0,7	0,6	0,7	8,7	6,2
João Pessoa	0,5	0,7	0,6	0,5	11,6	9,2
Natal	0,5	0,7	0,6	0,5	10,8	8,1
Ribeirão Preto	0,5	0,7	0,6	0,6	9,3	6,6
Teresina	0,5	0,6	0,6	0,5	11,3	8,9

Fonte: Censo/IBGE (2010).

Tabela 7 – Mercado de trabalho cultural no Brasil, 26 maiores municípios pela participação CNAE, 2010.

	POPULAÇÃO	CNAE CULTURA	CBO CULTURA	MERCADO DE TRABALHO TOTAL	% CNAE	% CBO
São Paulo	5,9	9,0	8,9	6,4	12,4	10,1
Rio de Janeiro	3,3	5,0	4,8	3,4	13,1	10,4
Belo Horizonte	1,2	2,2	2,1	1,4	13,3	10,6
Brasília	1,3	1,9	2,0	1,5	11,4	9,6
Salvador	1,4	1,8	1,6	1,5	10,8	7,9
Curitiba	0,9	1,7	1,6	1,1	13,3	10,8
Fortaleza	1,3	1,5	1,4	1,3	10,4	8,0
Porto Alegre	0,7	1,4	1,4	0,8	14,4	12,2
Manaus	0,9	1,0	0,8	0,9	10,5	7,0
Recife	0,8	1,0	1,0	0,8	11,3	9,3
Goiânia	0,7	1,0	1,0	0,8	10,3	8,6
Campinas	0,6	0,9	0,8	0,6	12,8	9,3
Belém	0,7	0,8	0,7	0,7	9,7	7,9
Guarulhos	0,6	0,6	0,6	0,7	8,2	6,5
São Luís	0,5	0,6	0,6	0,5	10,4	7,8
Teresina	0,4	0,6	0,5	0,4	12,1	9,2
São Gonçalo	0,5	0,5	0,5	0,5	9,3	7,1
Campo Grande	0,4	0,5	0,5	0,5	10,2	8,2
João Pessoa	0,4	0,5	0,5	0,4	12,8	10,1
Natal	0,4	0,5	0,5	0,4	11,1	8,1
Maceió	0,5	0,5	0,5	0,5	10,1	8,4
Florianópolis	0,2	0,5	0,5	0,3	16,9	12,4
São Bernardo do Campo	0,4	0,5	0,5	0,4	10,1	9,0
Santo André	0,4	0,5	0,5	0,4	11,3	9,7
Niterói	0,3	0,5	0,5	0,3	16,1	13,2
Ribeirão Preto	0,3	0,5	0,4	0,4	11,1	7,6
Osasco	0,3	0,5	0,4	0,4	11,0	8,9
São José dos Campos	0,3	0,5	0,4	0,4	11,0	7,4
Uberlândia	0,3	0,4	0,4	0,4	10,5	8,6

Fonte: Censo/IBGE (2010).

Notas

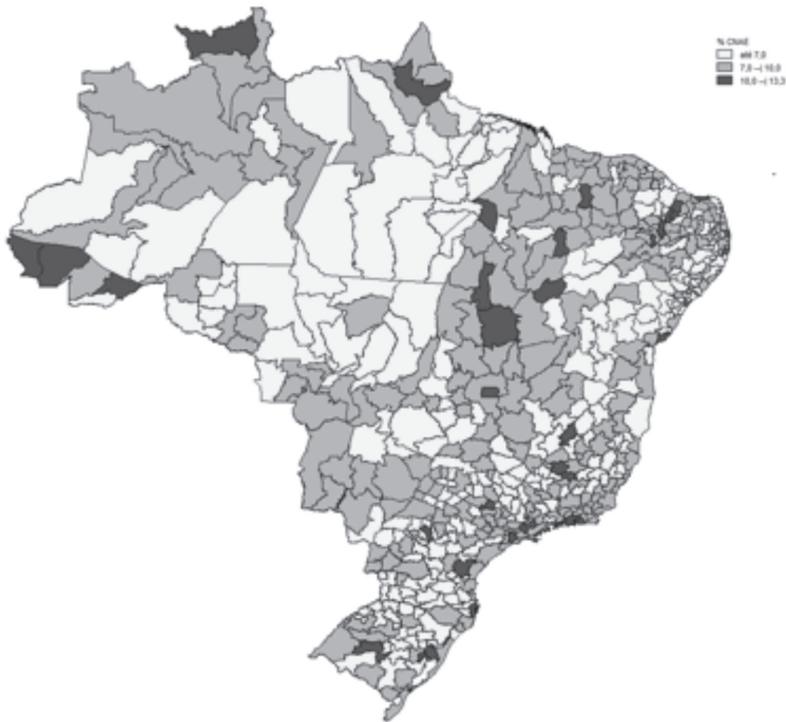
- 1 Ver Bachelard (1996), Kuhn (1998), Bourdieu e Wacquant (2008) e Passeron (1995).
- 2 O período abrange o último ano do segundo mandato do governo de Fernando Henrique Cardoso (2002) e coincide com mudanças na estrutura de classificação da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), passa pelos dois mandatos do presidente Luis Inácio Lula (2003-2010) e vai até o último ano do primeiro mandato da presidente Dilma Rousseff (2011-2014). A partir de fins de 2014 a crise econômica e política se enlaçam de forma intensa, razão a exigir análises específicas do período.
- 3 A discussão de escopo do campo cultural é complexa. Economia da cultura, indústria cultural, economia criativa ou conta satélite da cultura são apenas algumas das conceituações presentes no debate e que concorrem com questões relacionadas ao sentido antropológico da cultura, com as novas tecnologias, com a moda, com o design, com as cidades ou atividades criativas, com a gastronomia, produção de conteúdos, direitos de autor etc.
- 4 Para a construção dos dados de trabalho municipalizados foi o Censo/IBGE (2010).

Referências

- BACHELARD, G. *A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1996.
- BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Ed. Siglo Veintiuno, 2008.
- KUHN, T. S. *A Estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- PASSERON, J. *O raciocínio sociológico: o espaço não popperiano do raciocínio natural*. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1995.
- PASSERON, J. Hegel ou o passageiro clandestino: a reprodução social e a história. In: PASSERON, J. *O raciocínio sociológico: o espaço não popperiano do raciocínio natural*. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1995. p. 99-121.
- PASSERON, J. “O que diz uma tabela, o que se diz dela”. In: PASSERON, J. *O raciocínio sociológico: o espaço não popperiano do raciocínio natural*. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1995. p. 122-147.
- SILVA, F. A. B. da; ARAÚJO, H. *Indicador de desenvolvimento da economia da cultura*. Brasília, DF, 2010.
- SILVA, F. A. B. da. *Medidas e desmedidas da ação pública: a avaliação e o uso de indicadores nas políticas públicas*, Brasília, DF, 2013 (Material didático)

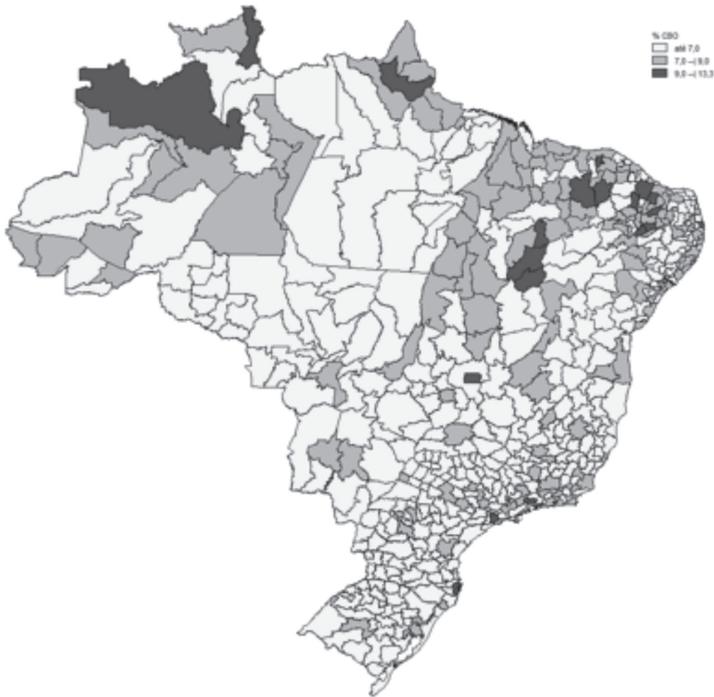
Apêndice A - Mapas

Mapa 1 – Microrregiões
participação % do setor cultural no total



Fonte: Elaboração do autor, a partir do Censo/IBGE (2010).

Mapa 2 – Microrregiões
participação % das ocupações no total



Fonte: Elaboração do autor, a partir do Censo/IBGE (2010).

Mapa 3 – Municípios
participação % do setor cultural no total



Fonte: Fonte: Elaboração do autor, a partir do Censo/IBGE (2010).

Mapa 4 – Municípios
participação% das ocupações culturais no total



Fonte: Elaboração do autor, a partir do Censo/IBGE (2010).

Apêndice B

Tabela 1 – Características socioeconômicas do mercado de trabalho de setores de atividades selecionadas -2002 a 2014

ANO	MASSA SALARIAL			OCUPAÇÕES			RENDIMENTO MÉDIO			ESCOLARIDADE							
	ALIMENTO E BEBIDAS	VESTUÁRIO	AUTOMOTIVA	CULTURA	GERAL	ALIMENTO E BEBIDAS	VESTUÁRIO	AUTOMOTIVA	CULTURA	GERAL	CULTURA	GERAL					
2002	2.092.584.848	1.194.909.757	889.028.533	5.842.756.860	82.880.858.670	1.715.778	1.504.048	391.769	2.826.212	76.882.310	794	1.220	2.269	2.123	1.090	10,38	6,78
2003	1.706.142.894	1.182.584.658	938.382.020	5.246.158.686	78.623.066.674	1.641.543	1.528.733	420.940	2.833.191	77.942.223	774	1.039	2.229	1.898	1.021	10,51	6,98
2004	1.854.598.780	1.275.784.638	1.057.392.112	5.498.644.958	82.634.684.096	1.807.103	1.630.059	458.179	3.047.153	82.198.780	783	1.026	2.308	1.863	1.019	10,48	7,09
2005	1.933.720.246	1.495.071.000	1.077.933.951	6.209.060.187	88.195.812.803	1.902.570	1.712.287	496.302	3.207.074	84.488.197	873	1.016	2.172	1.977	1.055	10,73	7,21
2006	2.348.897.162	1.610.794.124	1.190.098.037	6.563.351.762	97.387.439.643	1.922.150	1.733.462	497.300	3.447.915	86.189.058	919	1.222	2.393	1.966	1.144	10,83	7,44
2007	2.414.883.435	1.666.134.322	1.224.808.877	6.855.095.640	102.314.457.009	2.009.100	1.791.460	511.854	3.455.487	87.999.168	930	1.202	2.393	2.060	1.188	10,89	7,61
2008	2.852.193.876	1.825.766.245	1.546.323.341	7.482.557.870	107.717.204.086	2.155.030	1.899.430	641.029	3.777.651	89.642.711	961	1.324	2.412	2.049	1.222	10,96	7,81
2009	2.692.493.956	1.664.585.415	1.356.927.598	7.955.086.080	110.663.996.406	2.131.772	1.859.576	552.775	3.747.650	90.035.887	895	1.263	2.455	2.206	1.253	11,14	7,99
2011	2.530.941.417	1.541.572.296	1.761.302.687	8.362.588.278	121.925.238.379	1.848.127	1.595.271	680.619	3.821.154	90.942.066	966	1.380	2.588	2.314	1.391	11,06	8,25
2012	3.119.727.522	2.206.559.495	1.943.217.482	8.949.327.597	132.724.783.508	2.088.560	1.954.372	821.824	3.854.475	92.245.815	1.129	1.494	2.365	2.432	1.479	11,28	8,49
2013	3.001.241.771	2.077.704.285	1.911.604.960	8.952.690.508	138.228.160.447	1.995.255	1.860.478	750.838	3.524.734	93.134.645	1.117	1.504	2.546	2.695	1.534	11,66	8,59
2014	3.043.829.451	1.988.986.778	1.776.073.820	10.001.740.337	143.628.198.525	2.001.881	1.732.344	660.735	3.784.224	95.663.388	1.148	1.520	2.688	2.759	1.537	11,82	8,65

Fonte: Elaboração do autor, a partir das PNADs/IBGE, 2002 a 2014.

As grandes corporações culturais e o trabalho criativo

*Elder Patrick Maia Alves**

*O processo de digitalização do
simbólico e as novas corporações
culturais globais*

De acordo com Edgard Morin, em seu clássico *Cultura de massa no século XX*, a indústria cultural tem toda a sua dinâmica marcada por dois pares antinômicos: burocracia-invenção e padrão-individualidade. Segundo o autor, as empresas culturais que dão vida a chamada indústria cultural necessitam superar regularmente uma contradição central entre, de um lado, as estruturas burocratizadas e, de outro, a originalidade-novidade. (MORIN, 1969, p. 28) Significa dizer que as empresas culturais são

* Professor do Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Alagoas (ICS/UFAL) e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS/ICS/UFAL). Membro do grupo de Pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD/CNPq).

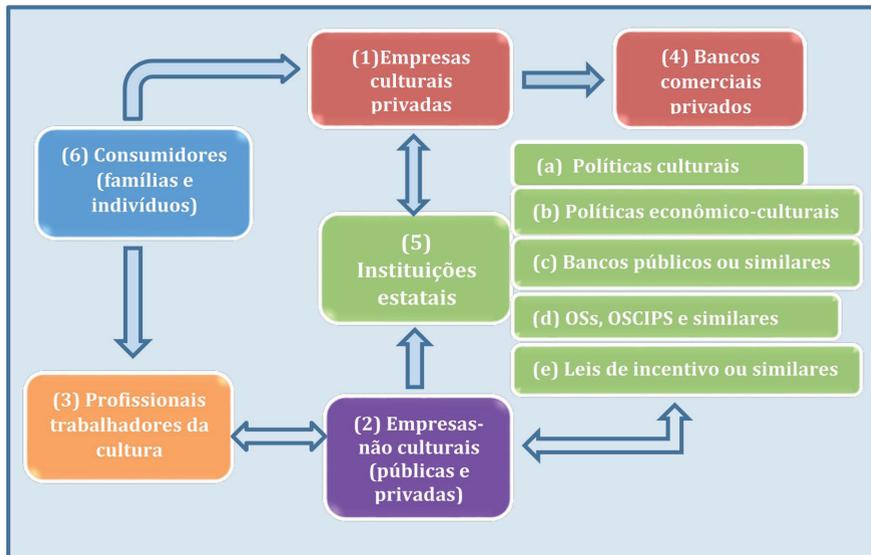
organizações privadas que estabelecem processos de controle e regulação administrativo, contábil e empresarial (como qualquer outra empresa), mas, simultaneamente, estão pressionadas pela necessidade geral de cultivar e instilar a criatividade necessária à produção permanente de novos conteúdos. É no interior desse dilema que se situa as especificidades do trabalho criativo, no âmbito das grandes corporações culturais. Significa dizer que, no interior das grandes corporações, esse par antinômico é ainda mais central e severo.

Em que consiste, de fato, as especificidades do trabalho criativo no interior das grandes corporações globais e brasileiras de arte, cultura e entretenimento? Para responder de maneira apropriada essa indagação é preciso explorar dois fenômenos correspondentes, que definem e decidem parte das especificidades dos processos de criação de conteúdos no âmbito das grandes empresas culturais. Tais processos concernem à nova divisão do trabalho tecnológico-cultural global e o processo de terceirização (ou múltipla associação dependente) de criação dos conteúdos. Ambos acentuaram ainda mais as contradições e os dilemas apontados por Morin. Para compreender tais especificidades e o trabalho criativo nos limites das grandes corporações é preciso lançar mão de uma bússola empírica que permita guiar o pesquisador pelos labirintos dos mercados culturais, figuração (ELIAS, 1993) na qual se situa as grandes corporações culturais e o trabalho criativo que é realizado nos seus limites.

Os mercados culturais, globais e nacionais, independente do segmento e conteúdos artístico-culturais, são compostos por seis agentes estruturais: 1) as empresas culturais especializadas; 2) as empresas não culturais (corporações que mantem equipamentos culturais, contratam serviços artísticos especializados e financiam a produção de conteúdos; 3) os profissionais e trabalhadores da cultura; 4) os bancos privados (que emprestam recursos financeiros às empresas culturais especializadas); 5) as instituições estatais, que, das mais variadas formas, subsidiam as empresas culturais especializadas, seja na forma de

empréstimos diretos, incentivos fiscais ou programas de qualificação, cuja função nos levou a conceituá-los como agentes estatais de mercado (ALVES, 2016a); 6) e os consumidores dos bens, serviços e atividades artístico-culturais e de entretenimento.

Figura 1 – Principais agentes dos mercados culturais nacionais



Fonte: elaboração do autor.

Como se vê na Figura 1, o trabalho criativo é um componente fundamental da dinâmica de organização, estruturação e expansão dos mercados culturais. Grande parte do trabalho criativo é desenvolvido no interior das grandes corporações, sejam através de projetos diretos ou por meio da associação múltipla dependente (terceirização ampliada), que consiste na contratação de diversas micro e pequenas empresas culturais para a realização de etapas específicas do processo criativo. Esse

fenômeno é tanto mais frequente e recorrente no interior dos grandes mercados culturais, como o mercado audiovisual. No Brasil, em 2010, de acordo com o IBGE, foi contabilizado o total de 400 mil empresas que desempenhavam atividades econômicas enquadradas no domínio cultural, abarcando 7,8% das empresas brasileiras existentes naquele ano, no interior das quais trabalhavam 2,1 mil profissionais criativos, sendo que 73,5% deles eram formalizados. As grandes empresas, que possuíam faturamento superior a R\$ 20 milhões e com 500 ou mais trabalhadores, respondiam a apenas 0,1% do total das empresas culturais (aproximadamente 400 organizações), no entanto, abrigavam 22% de todo o estoque de empregos e 50% da massa salarial. (IBGE, 2013)

Tabela 1 – Total de ocupados, ocupados criativos e ocupados culturais (2014-2016), Brasil

ANO		CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS	
ANO	TRIMESTRE	NºABS.	VAR. %	NºABS.	VAR. %	NºABS.	VAR. %
2014	1º tri	1.077.260	---	4.407.766		91.251.589	
	2º tri	1.057.595	-1,83	4.839.965	9,81	92.051.939	0,88
	3º tri	1.090.395	3,10	5.261.137	8,70	92.269.100	0,24
	4º tri	1.163.419	6,70	5.446.229	3,52	92.874.532	0,66
2015	1º tri	1.146.623	-1,44	5.319.452	-2,33	92.023.103	-0,92
	2º tri	1.232.415	7,48	5.218.160	-1,90	92.211.336	0,20
	3º tri	1.313.404	6,57	5.225.430	0,14	92.089.928	-0,13
	4º tri	1.333.876	1,56	5.068.013	-3,01	92.244.835	0,17
2016	1º tri	1.241.085	-6,96	5.058.077	-0,20	90.639.074	-1,74
	2º tri	1.288.408	-3,81	5.197.489	2,76	90.798.100	0,18
	3º tri	1.243.324	-3,45	5.116.744	-1,55	87.479.184	-3,66
Variação acumulada		166.148	15,42	708.978	16,08	-3.772.405	-4,13

Fonte: Atlas econômico da cultura brasileira (MinC/UFRGS).

Com a expansão do contingente de desempregados e desocupados durante os anos de 2014, 2015 e 2016, o panorama do trabalho criativo e cultural também sofreu injunções significativas. Durante esse período, a economia brasileira experimentou uma acentuada recessão, cujas

implicações mais diretas foram sentidas na redução do consumo das famílias e na contração do mercado de trabalho. Como a Tabela 1 evidencia, mesmo diante dessa contundente contração, o trabalho cultural obteve um crescimento significativo, obtendo uma variação acumulada positiva de 15,42%, o que correspondeu a 166.148 mil postos de trabalhos criados entre o primeiro trimestre de 2014 e o terceiro trimestre de 2016. Já o contingente de trabalhadores criativos – que atuam em setores como tecnologia, design e publicidade – saltou de 4.407.766, no primeiro trimestre de 2014, para 5.116.744, no terceiro trimestre de 2016, o que resultou em uma variação positiva de 708.978, o que correspondeu a 16,08%. Ambas as variações positivas se destacam ainda mais em face da forte variação negativa verificada no total de ocupados durante esse mesmo período, uma redução de 3.772.405 postos de trabalho, o que correspondeu a uma variação negativa de 4,13% do total geral de ocupados no Brasil durante o período em tela.

Tabela 2 – Rendimento mensal médio das ocupações principais (2014-2016), Brasil

ANO		CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS	
ANO	TRIMESTRE	RENDIMENTOS	VAR. %	RENDIMENTOS	VAR. %	RENDIMENTOS	VAR. %
2014	1º tri	1.874,55	---	2.617,70	---	2.069,20	---
	2º tri	1.861,14	-0,72	2.408,04	-8,01	2.018,44	-2,45
	3º tri	1.818,88	-2,27	2.339,03	-2,87	2.021,13	0,13
	4º tri	1.757,15	-3,39	2.379,29	1,72	2.047,44	1,3
2015	1º tri	1.810,83	3,05	2.343,83	-1,49	2.069,98	1,1
	2º tri	1.705,31	-5,83	2.327,50	-0,7	2.050,73	-0,93
	3º tri	1.634,35	-4,16	2.279,59	-2,06	2.006,59	-2,15
	4º tri	1.613,35	-1,28	2.233,48	-2,02	2.002,33	-0,21
2016	1º tri	1.723,54	6,83	2.170,26	-2,83	2.005,70	0,17
	2º tri	1.686,59	-2,14	2.149,26	-0,97	1.972,85	-1,64
	3º tri	1.662,88	-1,41	2.163,77	0,68	1.983,28	0,53
Variação acumulada		-211,67	-11,29	-453,93	-17,34	-85,92	-4,15

Fonte: Atlas econômico da cultura brasileira (MinC/UFRGS).

A Tabela 2 evidencia que, embora o contingente de ocupados culturais e criativos tenha crescido entre 2014 e 2016, ocorreu também uma redução significativa na média de renda desses profissionais. No primeiro trimestre de 2014, a renda média dos ocupados culturais era de R\$ 1.874,55, no terceiro trimestre de 2016 a renda média desses trabalhadores caiu para R\$ 1.662,88, uma redução de R\$ 211,67, o que correspondeu a uma variação negativa de 11,29%. No que tange aos trabalhadores e profissionais criativos, a redução média da renda foi ainda mais significativa. No primeiro trimestre de 2014, a renda média geral dos profissionais criativos era de R\$ 2.617,70, ao passo que no terceiro trimestre de 2016 caiu para R\$ 2.163,77, uma redução de R\$ 453,03, o que correspondeu a uma variação negativa de 17,34%. Mesmo com essa acentuada redução, no terceiro trimestre de 2016 a renda mensal média dos profissionais criativos era superior à renda mensal média dos demais ocupados (R\$ 1.983,28).

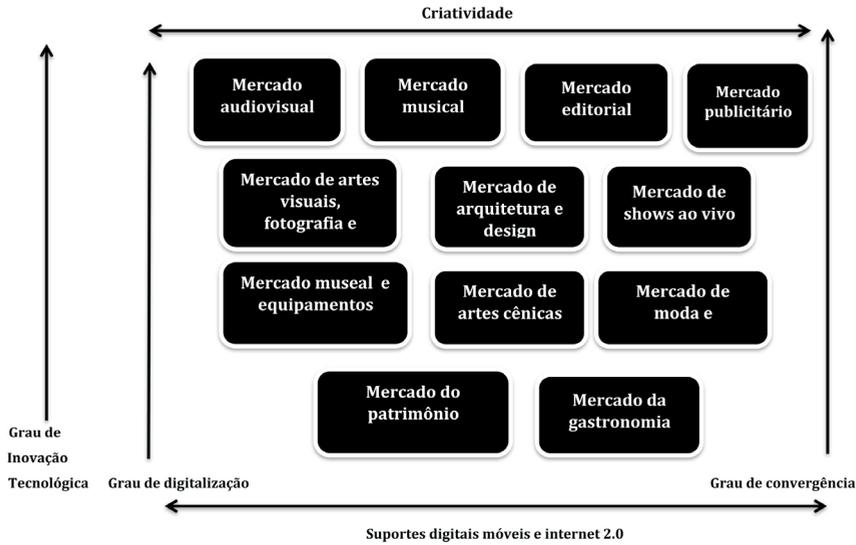
A Tabela 1 e 2 reclamam um tratamento analítico mais amplo. Tanto a expansão do contingente de trabalhadores e profissionais culturais e criativos, quanto a redução média da renda geral durante o período considerado, exigem uma desagregação dos dados, posto que em alguns setores o contingente dos ocupados culturais e criativos cresceram mais do que em outros, assim como em alguns setores a renda mensal média não sofreu redução. Nas últimas duas décadas ocorreu uma grande expansão global dos mercados culturais, assim como a emergência de outros. (ALVES, 2017) Os dois principais fatores que contribuíram para essa expansão foram a elevação da renda e, por conseguinte, o aumento do consumo de bens, serviços e atividades culturais por parte de camadas ascendentes, especialmente em países como China, Índia, África do Sul, Coreia do Sul, México, Rússia, entre outros, e a definitiva profusão do processo de digitalização do simbólico, que multiplicou o fluxo de conteúdos por meio da rede mundial de computadores, acompanhado da propagação dos dispositivos digitais móveis, especialmente os *smartphones*.

O processo de digitalização do simbólico se acentuou bastante nos últimos dez anos, é composto por quatro fenômenos associados e

simultâneos: a) a aceleração sem precedente da velocidade do fluxo de imagens, sons e informações na internet; b) o desenvolvimento e profusão de uma geração de dispositivos digitais móveis multifuncionais (especialmente os *smartphones*); c) a consolidação da convergência digital, conectando os mais diferentes dispositivos digitais móveis e fixos entre si; d) o advento e profusão global da chamada Web 2.0, fase de estruturação da internet na qual parcela substantiva dos conteúdos é produzida, transmitida e consumida pelos próprios usuários/consumidores. No decurso do processo de digitalização do simbólico, as maiores corporações mundiais de tecnologia (as fabricantes do hardware e desenvolvedoras de software) ingressaram diretamente nas etapas de produção criativa e controle jurídico dos conteúdos de arte, cultura, mídia e entretenimento. (ALVES, 2017)

A consolidação do processo de digitalização do simbólico, acompanhado dos quatro fenômenos arrolados antes, e impulsionados pela elevação dos gastos globais com: arte, lazer, cultura e entretenimento, consolidou definitivamente uma figuração planetária que temos nomeado de capitalismo cultural-digital. (ALVES, 2017) Esse é um fenômeno contemporâneo que grassa mundo afora e tem decidido parte das dinâmicas de acumulação econômica das mais poderosas economias contemporâneas pós-industriais de serviços. (FARIAS, 2016) O capitalismo cultural-digital é composto por diversos mercados culturais, mas apresentam diferentes graus de integração, digitalização, inovação tecnológica, processos criativos, convergência digital e profusão de meios e suportes. Como descreve a Figura 2, o capitalismo cultural-digital abriga em seus limites diversos e variados mercados, e, no interior deste, como mencionamos antes, com auxílio da Figura 1, atuam seis agentes estruturais: 1) as empresas culturais especializadas; 2) as empresas não culturais; 3) os profissionais e trabalhadores da cultura; 4) os bancos privados; 5) as instituições estatais (Agentes Estatais de Mercado – AEM); 6) os consumidores dos bens, serviços e atividades artístico-culturais e de entretenimento.

Figura 2 – Composição do capitalismo cultural-digital



Fonte: elaboração do autor.

Os mercados delineados na Figura 2 geraram, em conjunto, em 2014, U\$ 4,7 trilhões – mais de duas vezes o total do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, de acordo com o Banco Mundial. Esse montante corresponde ao valor do que se convencionou chamar de economia criativa global. No interior dessa nova economia, as novas corporações de tecnologia e produção de conteúdos de arte, cultura e entretenimento e, no seu âmbito, o trabalho cultural especializado. O processo de digitalização do simbólico alterou as estratégias empresariais, as racionalidades econômicas, os modelos de negócios de todas as grandes corporações culturais que atuam nos mais diferentes mercados, assim como também modificou os processos criativos. Foi especialmente no mercado audiovisual, musical, editorial e publicitário (Figura 2) que os impactos foram maiores e decisivos. Entre esses, destaca-se o mercado

audiovisual, que, de acordo com a European Audiovisual Observatory, gerou, em todo globo, em 2014, US\$ 400 bilhões.

As interfaces tecnológicas, artísticas e culturais inscritas no processo de digitalização do simbólico facultou a construção de novos modelos de negócios, como, por exemplo, os serviços de oferta de conteúdos culturais-digitais por meio de assinaturas *on demand*, amparados na tecnologia *streaming*, que, entre outros aspectos, permite a transmissão de áudio, vídeo, jogos e textos, como os conteúdos comercializados por empresas como Netflix e Amazon (filmes e séries), Spotify, Deezer, Apple Music e Google (música) e Twitch (games). A maioria das empresas mencionadas acima já pertence às grandes corporações globais da internet e da tecnologia digital, como Google, Amazon, Facebook e Apple (também conhecidas como GAFA). No início de 2017, a norte-americana Netflix já possuía cerca de 90 milhões de assinantes em todo o mundo. No primeiro trimestre de 2017, a Netflix obteve um lucro líquido de aproximadamente US\$ 178 milhões, um aumento seis vezes superior ao lucro líquido obtido durante o mesmo período de 2016, quando a empresa amealhou um lucro de US\$ 28 milhões. (UNESCO, 2016)

Os novos modelos de negócios mencionados antes passaram a exigir não só uma nova organização empresarial e novos atravessamentos entre arte, tecnologia e cultura, mas, principalmente, novos profissionais e competências criativas. No interior do capitalismo cultural-digital e no centro do seu vetor mais dinâmico de acumulação e inovação, os trabalhadores e profissionais culturais-criativos tornam-se imprescindíveis. São esses profissionais que estão diretamente implicados na feitura e criação dos conteúdos que integram novos os serviços culturais-digitais. De acordo com a Unesco, em 2012, exportação total de bens culturais alcançou, em 2012, o valor de US\$ 212,8 bilhões, bastante superior aos US\$ 108,4 bilhões registrado em 2004. Juntas América do Norte e Europa responderam por 49,1% do total de exportações. No que concerne aos serviços culturais-digitais, o maior exportador global são os Estados Unidos, com o montante de US\$ 68,6 bilhões,

posicionando-se muito à frente dos demais exportadores, apresentando um saldo comercial positivo de US\$ 45,1 bilhões. Os serviços culturais são atividades que integram os fluxos digitais, consumidos por meio de plataformas digitais móveis e fixas, principalmente os conteúdos criados, distribuídos e consumidos no âmbito dos mercados audiovisuais, musicais e editorial. De acordo com a Unesco, o tráfego de vídeo pela internet possivelmente crescerá a uma taxa de 27% entre 2015 e 2020. Todos esses aspectos concorrem para a definitiva estruturação de uma nova economia cultural-digital em todos os territórios, países e regiões, o que reforça sobremaneira a pujança e a centralidade do que temos nomeado de capitalismo cultural-digital.

Tabela 3 – Acesso à internet nos países selecionados

PAIS	POPULAÇÃO (MILHÕES)	NÚMERO DE USUÁRIOS DE INTERNET (MILHÕES)	PENETRAÇÃO DA INTERNET (%)	CRESCIMENTO DO NÚMERO DE USUÁRIO DE INTERNET (2014-2015)	MÉDIA DE HORAS DIÁRIAS GASTAS ACESSANDO A INTERNET PELO PC OU TABLET
Brasil	204	110	54%	10%	5H 26M
Estado Unidos	320	280	87%	10%	4H 55M
Argentina	43	32,3	75%	37%	4H 53M
Canadá	36	33	93%	11%	4H 37 M
Austrália	24	21,2	89%	17%	4H 03 M
Reino Unido	64	57,3	89%	4%	3H 59M
Espanha	47	35,7	77%	5%	3H 58M
França	66	55,4	84%	2%	3H 53 M
China	1.376	642	47%	9%	3H 52 M
Alemanha	81	71,7	89%	5%	3H 41 M
Japão	127	109,6	86%	9%	3H 07 M
Índia	1.265	243	19%	14%	5H 04 M

Fonte: Sebrae (2016).

Além da expansão, penetração e capilaridade da internet, condição imprescindível para a consolidação do processo de digitalização do simbólico e, por conseguinte, do capitalismo cultural-digital, há a penetração paulatina do celular como suporte de acesso e consumo dos conteúdos digitais-culturais, como assinala a Tabela 4.

Tabela 4 – Acesso à internet pelo celular nos países selecionados

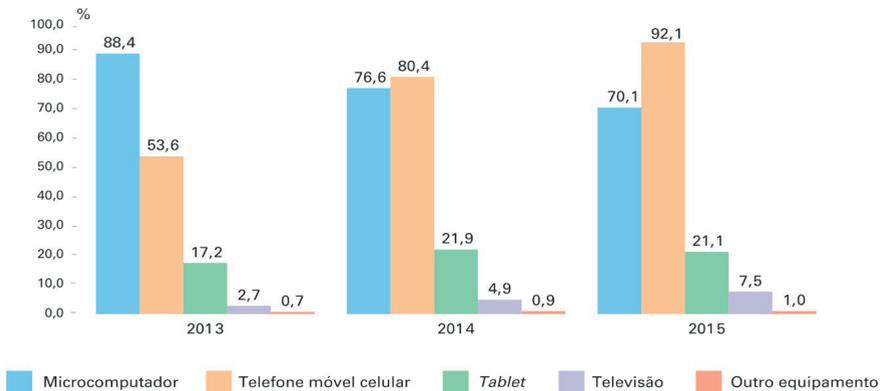
PAIS	POPULAÇÃO (MILHÕES)	NÚMERO DE USUÁRIOS DE CELULAR (EM MILHÕES)	PARTICIPAÇÃO DO CELULAR (%)	CRESCIMENTO DO NÚMERO DE ASSINATURAS DE CELULAR (2014-2015)	MÉDIA DE HORAS GASTAS ACESSANDO INTERNET PELO CELULAR	PERCENTUAL DE CELULARES QUE SE CONECTAM VIA TECNOLOGIA 3G E 4G	PERCENTUAL DA POPULAÇÃO QUE ASSISTE A VÍDEOS PELO CELULAR
Brasil	204	79	39%	3%	3H 47M	56%	23%
Estado Unidos	320	170	53%	0,0	2H 27M	85%	29%
Argentina	43	25,4	59%	6%	4H 11M	38%	34%
Canadá	36	19,4	54%	10%	1H 52M	73%	27%
Austrália	24	30	54%	23%	1H 32M	90%	23%
Reino Unidos	64	36,9	58%	-9%	1H 52M	74%	24%
Espanha	47	29	62%	-10%	1H 51M	65%	29%
França	66	29,4	45%	-11%	1H 17M	69%	16%
China	1.376	565	41%	8%	2H 35M	46%	22%
Alemanha	81	39,2	48%	4%	1H 52M	63%	21%
Japão	127	43,6	34%	12%	0H 59M	96%	5%
Índia	1.265	200	16%	6%	3H 24M	11%	10%

Fonte: Sebrae (2016).

Segundo o IBGE/PNAD, em 2015, o Brasil possuía 68 milhões de domicílios particulares permanentes. Desses, 57,8% (39,3 milhões de domicílios) realizavam acesso regular à internet. Em 2013, esse percentual era de 48% dos domicílios permanentes que realizavam acesso regular à internet, crescimento bastante significativo em apenas dois anos. Em 2015, do total de domicílios com acesso regular à internet, 92,1% (36,2 milhões de domicílios) realizaram o acesso regular à internet por meio do telefone móvel celular (smartphones), em 2013, esse

percentual foi de 53,6%, logo, como demonstra o Gráfico 1, um crescimento bastante contundente.

Gráfico 1 – Percentual de domicílios com a utilização da internet, segundo o tipo de equipamento para acessar a internet – Brasil – 2013/2015



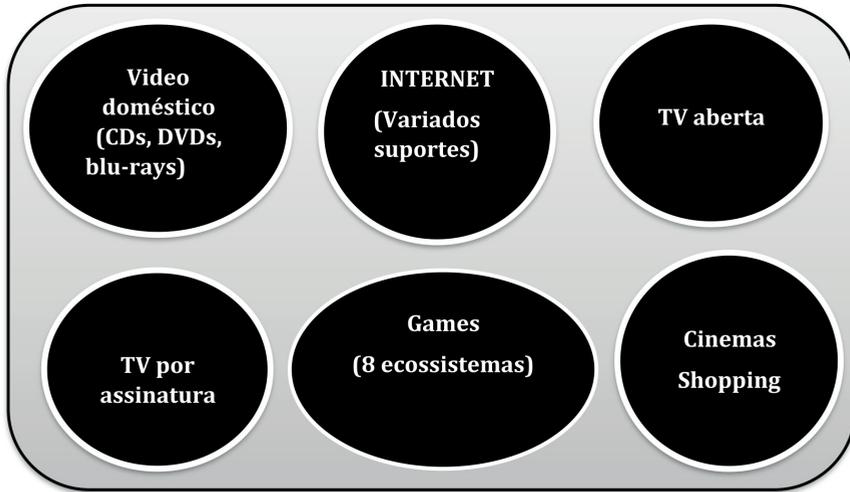
Fonte: IBGE/PNAD (2016).

O processo de digitalização do simbólico e o trabalho criativo no interior do mercado de conteúdos audiovisuais brasileiros

De todos os mercados culturais apontados na Figura 2 o que as empresas brasileiras mais ganharam em competitividade e inovação de serviços e conteúdos foi o mercado audiovisual. Esse é um dos mercados, como se viu, que ocupa o topo do processo de digitalização, convergência e inovação tecnológica. O mercado audiovisual é composto por seis vetores: 1) televisão aberta, 2) televisão por assinatura, 3) cinemas de salas, 4) internet (suportes móveis e fixos), 5) games (composto por oito ecossistemas diferentes) e 6) vídeos domésticos (CDs, DVDs e *blu-rays*). Esses vetores possuem diversas interfaces tecnológicas e convergências.

Por exemplo, há dois ecossistemas específicos de games, o *mobile & casual* e o *streaming*, que são jogados mediante o acesso à internet, sendo que o primeiro está ancorado no uso dos *smartphones* e *tablets*.

Figura 3 – Composição do mercado audiovisual - seis vetores

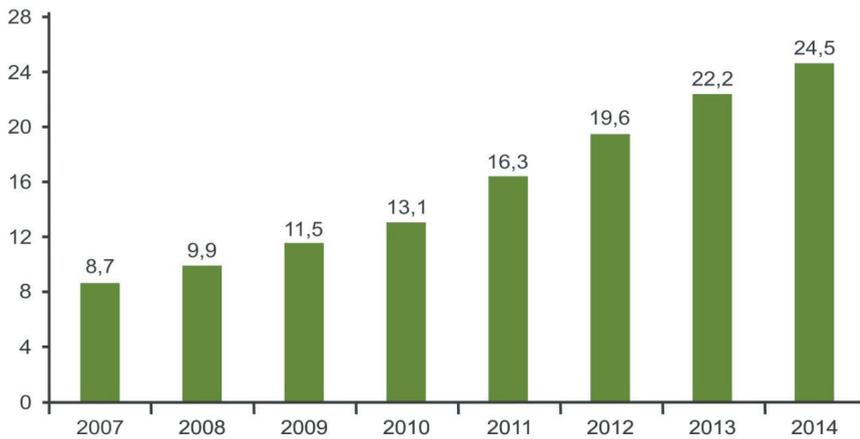


Fonte: elaboração do autor.

Em 2014, em conjunto, esses seis vetores adicionaram à economia brasileira o montante de R\$ 24,5 bilhões. Sete anos antes, em 2007, esses seis vetores adicionaram R\$ 8,7 bilhões – um crescimento de 134,8%, já descontada a inflação do período. No interior do mercado audiovisual existente no Brasil, há uma esfera ainda mais específica: o mercado de conteúdos audiovisuais brasileiros. (ALVES, 2016b) Atuam neste mercado os seguintes agentes: a) as empresas culturais brasileiras especializadas que criam, produzem, distribuem e exibem conteúdos audiovisuais brasileiros (produtoras, distribuidoras e grupos de exibição); b) os consumidores de bens e serviços audiovisuais

nacionais; c) os trabalhadores e profissionais criativos que criam os conteúdos audiovisuais nacionais (serviços e bens culturais), d) as instituições estatais que financiam as empresas especializadas; e) as empresas não culturais, que, por meio das leis de incentivo, financiam os conteúdos audiovisuais; f) os bancos comerciais privados que realizam empréstimos financeiros para as empresas especializadas.

Gráfico 2 – Valor adicionado pelo mercado audiovisual (R\$ bilhões correntes)



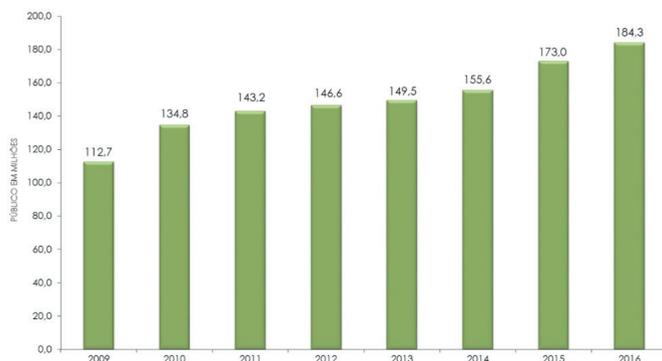
Fonte: AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2017).

Dos seis vetores delineados na Figura 3, merece destaque o vetor cinema exibido nos shoppings centers. Foi precisamente nos limites deste vetor que ocorreu o maior crescimento das empresas brasileiras responsáveis pela produção, distribuição e exibição dos conteúdos audiovisuais brasileiros e, por conseguinte, a demanda por trabalhadores culturais e profissionais criativos, especialmente entre 2011 e 2016. É também no interior deste vetor que ocorre, de maneira mais acentuada, as tensões entre burocracia-invenção e padrão individualidade,

destacadas por Morin (1969). Como assinalado antes, este par antinômico foi recrudescido em face da expansão e complexificação do processo de digitalização do simbólico, que também fez recrudescer a divisão do trabalho cultural-tecnológico e o processo de múltipla associação dependente (terceirização), encabeçado pelas grandes corporações culturais brasileiras e globais, que têm reorganizado parte das suas estratégias econômicas e desencadeado novas pressões sobre os trabalhadores e profissionais criativos, como a redução da média (Tabela 2).

Em 2016, a venda de ingressos nos cinemas brasileiros cresceu 6,5% em comparação ao ano anterior, alcançando o total de 184,3 milhões de ingressos, gerando uma renda bruta de R\$ 2,6 bilhões. Como analisamos em outra ocasião (ALVES, 2017) a venda de ingresso para os cinemas, acompanhado de outras modalidades de consumo cultural, foi um dos poucos itens no consumo das famílias brasileiras que registrou crescimento nos anos de 2015 e 2016, anos que computaram uma aguda recessão, com recuo do PIB da ordem de 3,8%, em 2015, e 3,6%, em 2016. Entre 2009 e 2016, ocorreu um crescimento bastante acentuado na venda de ingressos para os cinemas brasileiros. É mirando esse contingente de espectadores que os grandes estúdios norte-americanos lançam, cada vez mais, longas-metragens nas salas brasileiras, cerca de 90% delas localizadas nos shoppings centers. Em 2010, foram lançados 230 longas-metragens nas salas brasileiras, cerca de 85% de origem norte-americana. Em 2016, esse número subiu para 314, sendo que aproximadamente 90% foram produzidos nos EUA. A maioria desses lançamentos é acompanhada de vultosos investimentos publicitários e a ocupação maciça de salas de exibição. Por exemplo, em 2015, durante o seu lançamento o filme *Star Wars: Episódio VII – O despertar da Força* ocupou 1500 salas no Brasil, metade do parque exibidor àquela altura. (ALVES, 2016c)

Gráfico 3 – Público total em salas de cinema – 2009 a 2016

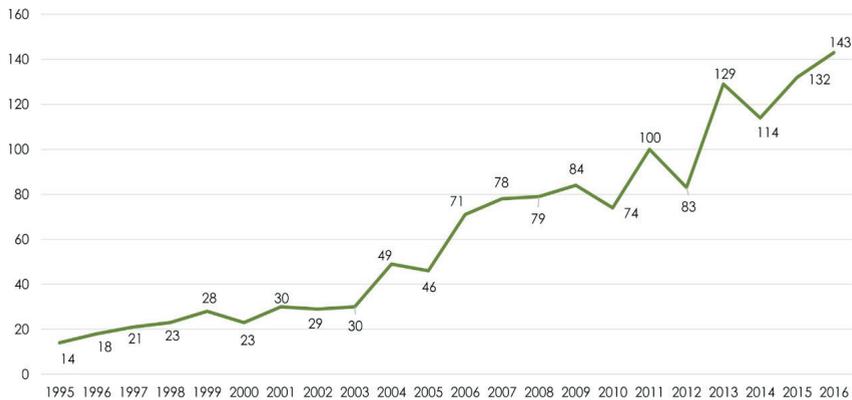


Fonte: AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2017).

De acordo com Frédéric Martel (2015), a cada dia se inaugura uma nova sala de cinema multiplex na China e na Índia. No final do século XX, 60% de todo faturamento dos filmes produzidos nos Estados Unidos era obtido no próprio mercado doméstico dos EUA, sendo que os 40% restantes do faturamento era amealhado junto aos mercados da América Latina e Ásia. No final da primeira década do século XXI, esses percentuais se inverteram. Há uma luta global que envolve governos, organizações de inovação e empresas especializadas pelo controle da produção, distribuição e exibição dos conteúdos audiovisuais, especialmente nos que tange aos vetores do cinema, games e internet. No Brasil, essas lutas e tensões silenciosas têm se apresentado, por exemplo, na tentativa tenaz das empresas brasileiras de ampliarem a sua participação no conjunto do contingente de espectadores, especialmente do vetor cinema de salas. Em 2012, foram lançados 83 longas-metragens brasileiros. No ano seguinte, 2013 esse número subiu para 129. Como deixa patente o Gráfico 4, entre 2003 e 2012, no intervalo de dez anos, foram lançados 694 longas-metragens brasileiros; entre 2013 e 2016,

um intervalo de apenas quatro anos, foram lançados 518 longas-metragens nacionais.

Gráfico 4 – Longas-metragens brasileiros lançados 1995-2016

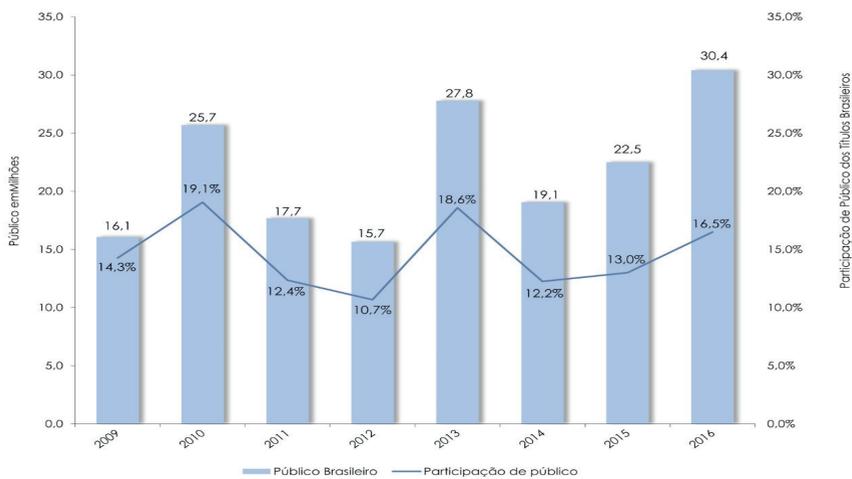


Fonte: AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2017).

Do total de longas-metragens brasileiros que alcançaram mais de um milhão de espectadores entre os anos de 2011 e 2015, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) participou diretamente de 62,8% do público acumulado por esses filmes. O FSA corresponde a um ecossistema jurídico-financeiro, composto por empresas especializadas em conteúdos audiovisuais brasileiros e as companhias operadoras de telefonia móvel que atuam no território brasileiro, os trabalhadores culturais e profissionais criativos, os bancos de desenvolvimento Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), a Agência Nacional de Cinema (Ancine), o Ministério da Cultura (MinC) e a Lei nº 12.485/2011, nova lei da TV por assinatura. O FSA foi o principal responsável pelo aumento recente dos conteúdos brasileiros nos vetores

de cinema, games, TV por assinatura, vetores que integram o mercado audiovisual e, como delinea a Figura 2, abrigam elevado grau de digitalização, inovação tecnológica e convergência digital. Por conseguinte, foi também o responsável pelo crescimento das empresas que atuam nesses vetores e pelo crescimento das ocupações e postos de trabalhos em tais atividades e vetores. Como assinala o Gráfico 6, em 2016, os filmes nacionais dilataram a sua participação junto ao público geral que foi ao cinema. Dos 183,4 milhões de ingressos vendidos em 2016, 30,4 milhões foi para os filmes nacionais, o que representou 16,5% de todo o contingente de espectadores, gerando uma renda de pouco mais de R\$ 362 milhões para as empresas brasileiras.

Gráfico 5 – Público dos filmes brasileiros e participação no público total – 2009 a 2016

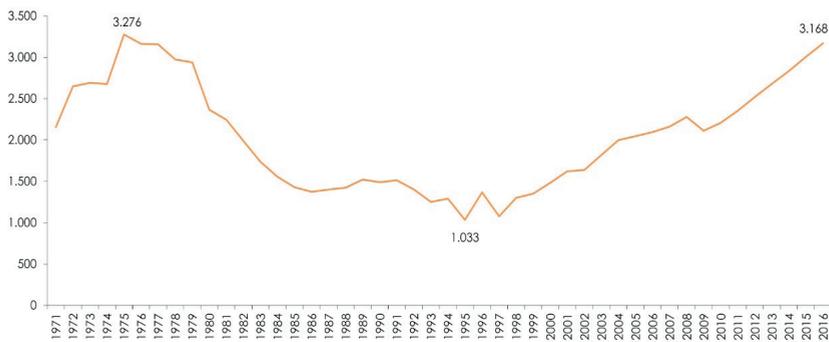


Fonte: AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2017).

O elo de exibição no Brasil também foi impactado pelas ações do FSA. Através das linhas de ação do Programa Cinema Perto de Você, criado em 2012, que dispõe de recursos do FSA, os principais grupos

exibidores brasileiros obtiveram empréstimos para a construção de salas. A expansão na venda de ingressos não teria ocorrido, entre outros aspectos, sem a expansão do parque exibidor brasileiro, que saiu de aproximadamente 1.550 salas, em 2002, para 3.168, em 2016. (AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA, 2017)

Gráfico 6 – Evolução das salas de exibição Brasil – 1971 a 2016



Fonte: AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (2017).

A consolidação do FSA, principalmente a partir de 2012, a elevação dos gastos familiares com cultura entre 2003 e 2012, e o aumento na venda de ingressos nos cinemas brasileiros, especialmente para os conteúdos nacionais, assim como a consolidação do processo de digitalização do simbólico, produziram injunções econômicas e organizacionais no âmbito do trabalho cultural, especialmente aquele realizado para as grandes corporações. De acordo com o Sebrae, em 2014, existiam no Brasil 8.255 mil estabelecimentos privados no mercado audiovisual, o que representava 0,21% do total de estabelecimentos privados no Brasil. Entre 2007 e 2014, ocorreu uma redução bastante significativa desses estabelecimentos, revelando uma tendência de concentração

empresarial. Durante o referido período, houve uma redução de 3.372 estabelecimentos privados, o que significou um recuo de 29% das empresas privadas que atuavam nesse mercado. Essa redução ocorreu, em grande medida, pelo fechamento de do comércio varejista ancorado no serviço de aluguel de DVDs, que registrou o fechamento de 4.590 estabelecimentos, consequência da expansão da internet e do consumo de conteúdo por meio dos suportes digitais móveis e fixos. Por outro lado, entre 2007 e 2014, o segmento de pós-produção do mercado audiovisual brasileiro (especialmente de conteúdos audiovisuais brasileiros) registrou um crescimento de 1.404 estabelecimentos. (SEBRAE, 2016)

Tabela 5 – Numero de estabelecimentos no setor audiovisual

SEGMENTO	2007	2014	CRESC. % (2007-2014)
Produção e pós-produção	1091	2495	129%
Distribuição	557	177	-68%
Exibição cinematográfica	379	767	4%
Televisão aberta	564	696	23%
Programadoras e televisão por assinatura	174	129	-31%
Operadoras de TV por assinatura	204	292	43%
Comercio de aluguel de DVDs e similares	8298	3798	-55%
AUDIOVISUAL	11.627	8.225	-29%

Fonte: Sebrae (2016).

Como evidencia a Tabela 5, os estabelecimentos privados que atuam no mercado audiovisual estão se concentrando em alguns segmentos, como produção e pós-produção, cujo destaque tem sido para as grandes produtoras (como a Globo Filmes) e atuação sistemática de terceirização de serviços criativos junto às pequenas e médias produtoras, seguindo uma regularidade global. (MARTEL, 2015) De acordo com a Ancine, em 2015, haviam 401 produtoras registradas no Brasil, em 2015 esse número saltou para 929. De acordo com o Sebrae, estimou-se que a receita das empresas que atuam nos diversos segmentos do mercado

audiovisual brasileiro alcançou a quantia de R\$ 42,7 bilhões, estimando-se uma arrecadação tributária direta da ordem de R\$2,13 bilhões, e indireta de R\$ 1,25 bilhões.

Entre 2007 e 2014, o trabalho no mercado audiovisual existente no Brasil apresentou um crescimento da ordem de 11%, passando de 88.676, em 2007, para 98.756, em 2014. As vagas criadas, como se pode deduzir a partir da Tabela 5, se concentraram nos segmentos de produção e pós-produção (11%), TV aberta (54,2%) e exibição cinematográfica (14,6%) Em consequência, o valor total da massa salarial do mercado audiovisual existente no Brasil saltou de R\$ 3,26 bilhões, em 2007, para R\$ 4,36 bilhões, em 2014 (SEBRAE, 2016). Entre 2007 e 2014, o valor da remuneração média dos profissionais do audiovisual obteve um crescimento de cerca de 20%, saído de R\$ 3.065,21, em 2007, para R\$ 3.685,02, em 2014. Dos segmentos delineados na Tabela 5, os que mais obtiveram crescimento na sua remuneração foi o de distribuição (aumento de 105%), alcançando uma média salarial mensal de R\$ 6.672,71, seguido do segmento de programadoras de TV por assinatura (aumento real de 62%). De acordo com o Sebrae, esses dois últimos segmentos também foram aqueles que registraram a maior redução no número de empregos. Ou seja, grande parte da elevação da média salarial mensal deve-se a redução dos profissionais no segmento, assim como se deveu também ao acúmulo de funções, mas também decorre das pressões pelo desenvolvimento de novas competências técnicas, tecnológicas e artísticas.

O Quadro 1 apresenta as distintas modalidades das relações profissionais no âmbito das produtoras audiovisuais independentes, que são as empresas não vinculadas diretamente aos grupos de comunicação, cultura e entretenimento. Foram essas as organizações as que mais cresceram recentemente no Brasil, muito em razão dos impactos da consolidação do FSA, a partir de 2012. O Quadro 1 torna-se mais elucidativo quando cotejado o Quadro 2, que evidencia o número de profissionais do audiovisual e as suas distintas modalidades de relação de trabalho.

Quadro 1 – Tipo de relações profissionais com produtoras independentes

PROFISSIONAIS	TIPO DE RELAÇÃO PROFISSIONAL OFICIAL COM A PRODUTORA	COMO RECEBEM	COMO APARECEM NAS ESTATÍSTICAS OFICIAIS DO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO
CLT	Empregado	Pagamento de salário mensal por meio de holerite	Dados de emprego nos dados do Ministério do Trabalho e Emprego
Profissional autônomo (pessoa jurídica)	Fornecedor	Pagamento mensal fixo mediante a apresentação de nota fiscal ou RPA	Empresa formalizada na Receita Federal; não aparecem nos dados do Ministério do Trabalho e Emprego
Sócios diretores	Sócio	Retirada de lucros/pró-labore	não aparecem nos dados do Ministério do Trabalho e Emprego
Freelancers	Fornecedor	Pagamento de cachê variável de acordo com o job mediante apresentação de nota fiscal ou RPA. Na prática, também ocorrem de serem pagos sem qualquer formalidade	Não aparecem nos dados do Ministério do Trabalho e Emprego

Fonte: Sebrae (2016).

Quadro 2 – Número total de profissionais com relações de trabalho na produção audiovisual independente

	CLT	AUTÔNOMO (PJ) OU SÓCIO-DIRETOR	FREELANCER	TOTAL
Multiplicador	-	1	4	-
Total de profissionais	9.892	9.892	39.568	59.352

Fonte: Sebrae (2016).

Cotejados os Quadros 1 e 2, revelam o traçado estrutural do trabalho criativo e cultural desenvolvido no âmbito das grandes corporações culturais brasileiras e globais. Como assinalado no início deste trabalho e secundado pelo acervo de dados mobilizado, especialmente aqueles que permitem um cruzamento mais sistemático entre o processo de digitalização do simbólico e o vetor cinematográfico do mercado audiovisual existente no Brasil, há dois processos que pressionam a organização e realização do trabalho cultural e criativo desempenhado

no interior das grandes corporações culturais: a) uma nova divisão do trabalho artístico e tecnológico b) a múltipla associação dependente (ou terceirização). O elevado número de profissionais *freelances* que trabalham para as chamadas produtoras independentes, contratados por estas últimas para executar projetos que foram aprovados (na maioria dos casos juntos ao FSA) pelas grandes produtoras, atesta este fenômeno no Brasil.

A título de conclusão, é possível assinalar que o processo de especialização das funções, especialmente no mercado audiovisual, ocorridas em razão de uma elevada divisão social do trabalho, ainda revela a centralidade do binômio burocracia-invenção e padrão-individualidade destacado na década de 1960 por Morin. Apenas no vetor cinematográfico, há hoje cerca de 40 funções específicas, e em vetores que experimentaram uma expansão e diferenciação recente, como os games, por exemplo, uma série de novas funções e competências emergiram, como roteirista de jogos, design de ambientes, narradores, treinadores, jogadores especializados, novos engenheiros de software, entre outros.

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (Brasil). *Informe de acompanhamento de mercado*. Rio de Janeiro, 2016.

ALVES, E. P. M. A expansão do mercado de conteúdos audiovisuais brasileiros: a centralidade dos agentes estatais de mercado - o FSA, a ANCINE e o BNDES. *Caderno CRH*, Salvador, v. 30, n. 78, p. 477-494, set./dec. 2016a.

ALVES, E. P. M. *O capitalismo cultural-digital: investimentos culturais públicos versus incentivos fiscais*. São Paulo: Observatório Itaú Cultural, 2017.

ALVES, E. P. M. As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil: o Sebrae como um agente estatal de mercado. *Políticas Culturais em Revista*, Salvador, v. 9, n. 2, p. 291-312, 2016b.

- ALVES, E. P. M. O mercado global de games: artificação e capitalismo cultural. *Arquivos do CMD*, v. 5, n. 1, p. 87-116, ago./dez. 2016c.
- ALVES, E. P. M. *Informe anual preliminar 2016*, Rio de Janeiro, 2017.
- DEEZER. *Digital Music Report*, 2015. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2017.
- ELIAS, N. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 2. v
- FARIAS, E. Uma agenda da sociologia da esfera cultural contemporânea. *Caderno CRH*, Salvador, v. 30, p. 9-15, 2016.
- IBGE. PNAD. *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal – 2015*. Rio de Janeiro, 2016.
- IBGE. *Sistema de informações e indicadores culturais 2007-2010*. Rio de Janeiro, 2013.
- IBGE. PNAD. *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal*. Brasília, DF, 2015.
- MARTEL, F. *Smart: o que você não sabe sobre a internet*. São Paulo: Civilização Brasileira, 2015.
- SEBRAE. *Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil*. Brasília, DF, 2016.
- MORIN, E. *Cultura de massa no século XX*. São Paulo: Editora Forense, 1969.
- VALIATI, L.; FIALHO, A. L. (Org.). *Atlas econômico da cultura brasileira*. Brasília, DF: MinC; Porta Alegre: UFRGS, 2017. 2. v.
- UNESCO. *Institute for statistics The globalization of cultural trade: a shift in consumption*. Montreal, 2016.

Novas profissões e carreiras artístico-culturais

*Manoel Silvestre Friques**

O velho discurso do novo

Em dezembro de 2016, em um evento promovido pelo setor de Indústria Criativa da Firjan, o embaixador do TED – acrônimo de Tecnologia, Entretenimento, Design – no Brasil, Marconi Pereira, atestou, com o fatalismo característico dos profissionais de sua estirpe, que estaríamos vivendo um momento dramático no qual muitos empregos e profissões sumiriam de uma hora para outra. O motivo desta grande inflexão da humanidade rumo ao progresso seria o avanço tecnológico tendo por carro-chefe a inteligência artificial, a nova electricidade. Esboçando algo próximo de uma teoria

* Professor de Engenharia de Produção da UNIRIO. Engenheiro, teórico do teatro e Doutor em História (PUC-Rio), possui atuação interdisciplinar em seus ensaios, artigos, curadorias e projetos.

malthusiana,¹ Pereira, munido de *gadgets* eletrônicos, nutria-se de entusiasmo ao constatar que a tecnologia teria sido responsável por avanços exponenciais como a diminuição das taxas de mortalidade infantil e de mortalidade por guerras ou o aumento das taxas de alfabetização. Seria também ela, a tecnologia, a principal responsável pela substituição, nos próximos 20 a 30 anos, de 48% das profissões por híbridos de robôs e inteligência artificial.

De fato, é indiscutível a importância da tecnologia em nosso sistema capitalista global. Contudo, ao ouvir os porta-vozes da próxima revolução tecnológica, a exemplo de Pereira, somos acometidos por uma sensação de puro anacronismo. O trem do progresso avançou? Será que o perdemos? Somos testemunhas ou atores da mais nova revolução? As novas profissões estão, finalmente, desembarcando do futuro e vão, felizmente, organizar a vida de todos? A paz está garantida, os conflitos cessam, a tecnologia, enfim, é a solução para tudo?

O conjunto acima de perguntas é uma forma de traduzir o mal-estar geradopela fala de Pereira. Outro modo de aborda-lo é notando a enfadonha recorrência da retórica do novo. Para isso, remeto aqui a dois autores, um do “business”, outro das “mídias”, ambos críticos do discurso da inovação. Começemos com um dos gurus da Administração, Henry Mintzberg. Em *Managing – Desvendando o dia a dia da Gestão*, ele questiona a obsessiva necessidade de seu campo ser *up-to-date*, do seguinte modo:

Assista uma conferência sobre gestão. Vai provavelmente começar com uma afirmativa: ‘vivemos uma época de grandes mudanças’. Quando ouvir isso, olhe para as roupas que está vestindo. Observe os botões e pergunte a si mesmo por que, se estamos vivendo uma época de grandes mudanças, ainda abotoamos nossos botões? Aliás, por que ainda dirigimos automóveis movidos por motores de combustão interna de quatro tempos? Não era isso que usavam no Ford Modelo T? Por que você não notou os botões na sua roupa quando se vestiu de manhã, ou a tecnologia antiga do seu carro, quando o guiou até o local da conferência simplesmente para

ouvir que vivemos numa época de grandes mudanças? Afinal de contas, quando chegou ao trabalho mais tarde você *realmente* notou que o Windows fez mais uma mudança em seu sistema operacional. A verdade é que só notamos o que está mudando. E a maioria das coisas não está. (MINTZBERG, 2010, p. 27, grifo do autor)

Não é necessário justificar esta longa citação: a fala de Marconi Pereira é apenas um caso concreto da anedota narrada por Mintzberg. Como o autor, não podemos negar que a Tecnologia da Informação (TI) está em constante transformação, conforme indicam os novos aplicativos, atualizações e dispositivos lançados diariamente em nossas mídias sociais. O que acontece, contudo, é que o mundo não se reduz aos processos de obsolescência programada projetados pelas empresas de TI. Reduzir a complexidade dos fatos sociopolíticos a uma teoria *neomalthusiana* em nada auxilia na compreensão destes mesmos fatos. Afinal de contas, se a teoria malthusiana não se concretizou em seus desígnios apocalípticos, não seria a sua atualização que o faria, apesar do otimismo de seu enunciador.

Conclui-se então que o efeito de linguagem da fala de Pereira nada mais é do que a atualização de uma longa cadeia histórica de discursos da inovação, a qual o enunciador nada acrescenta, ou seja, o discurso do novo não inova há mais de dois séculos. Neste ponto, é válido recorrer a Philippe Dubois (2004, p. 34) – uma referência no campo da estética da imagem – quando afirma que

o discurso da novidade caracterizou de modo constante e recorrente o advento de todos estes sistemas de representação [fotografia, cinematógrafo, televisão e informática], transformando os momentos de transição que seu surgimento realmente representou em momentos privilegiados de ostentação de uma ‘intenção revolucionária’ – que, não custa lembrar, se revelou no mais das vezes inversamente proporcional à sua pretensão.

Dubois esclarece que este tipo de retórica do novo produz um duplo efeito: de um lado, o efeito de “gancho”, dada a lógica publicitária que

o fundamenta, exacerbando sua função interpelativa; de outro lado, o efeito de profetismo, visto que a função econômica que está em seu cerne o estimula a predizer uma visão do futuro. Entrelaçados, os dois efeitos veiculam também uma ideologia paradoxal, simultaneamente de ruptura e de continuidade, já que a nova tecnologia instaura uma tábua rasa ao mesmo tempo em que põe em curso o trem teleológico do progresso tecnológico. Este paradoxo é patente no discurso do embaixador brasileiro do TED em sua crença desvairada na nova eletricidade.

Mas o que nos leva a desconstruir de maneira tão objetiva o discurso da inovação de um dos gurus da atualidade? Justamente para afirmar que este ensaio, cujo foco são as novas profissões e carreiras artístico-culturais, não pretende endossar o tipo de retórica o qual a fala de Marconi Pereira exemplarmente ilustra. Não se pretende aqui convencer o leitor que o futuro já chegou, nem que a tecnologia é a redenção da humanidade. Ao contrário disso, a opção por começar um texto sobre novas profissões questionando o discurso da inovação foi a solução encontrada pelo autor para alertar o leitor quanto aos efeitos e ideologias subsumidos em falas deste gênero. Sendo assim, as novas profissões aqui focalizadas não representam um novo momento de nossa cruzada ao progresso: talvez, as profissões aqui tematizadas sejam novas porque nunca existiram; talvez, porque sempre existiram, mas nunca foram reconhecidas como tais. O que importa aqui não é o seu frescor inovador, mas o modo como cada uma delas busca solucionar problemas concretos e específicos da realidade artístico-cultural brasileira: talvez, a novidade resida justamente aí.

Dito isto, gostaria de comentar quatro carreiras artístico-culturais, quais sejam: o engenheiro de produção com ênfase em cultura, o curador, o *dramaturg* e o arqueólogo. É preciso reconhecer, por fim, que a decisão pelo escopo de profissões não obedeceu a nenhuma lógica, mas tão somente ao fato deste que vos fala estar, em maior ou menor grau, envolvido em cada uma delas. Sem mais delongas, vamos a elas.

Engenheiro de produção com ênfase em cultura

Considere-se uma das cenas mais memoráveis de *Tempos Modernos* (1936), na qual o Carlitos de Charles Chaplin complica-se na linha de montagem por consequência de um aumento de velocidade da produção pelo gestor ocioso. Quando assisto esta cena, encontro o assunto de que quero tratar: não apenas a mistura entre o *clown* (o palhaço de Chaplin) e o operário (o proletário do chão de fábrica), entre o artista e o trabalhador industrial, mas a combinação entre duas ordens de pensamento, duas maneiras de ver e encarar o trabalho, duas metodologias. Duas perspectivas sobre o que são a eficiência e a eficácia do trabalho. Duas visões do labor.

De um lado, vemos de modo nítido a preocupação científica pautada pela divisão do trabalho cujos fundamentos foram lançados no famoso *Princípios da administração científica*, de Frederick Taylor (1911). É no interior deste sistema, aplicado em um clássico contexto industrial, que sobressai o estilo incomparável de Chaplin, sua genialidade. Os tempos modernos não negam: a expressão cômica de Chaplin, sua carpintaria de palhaço, sua precisão como diretor de cinema o fazem um ícone e um dos mais aclamados personagens desta indústria. É do senso comum ver neste filme uma crítica mordaz ao sistema industrial. De fato, não podemos permanecer inquietos frente à crueldade da máquina – enxergando, tanto na crueldade quanto na máquina, a nossa perversidade humana, o nosso lado bárbaro. Mais ou menos na mesma época de lançamento do filme, o filósofo Walter Benjamin escrevia de modo cirúrgico: não existe monumento da cultura que também não seja monumento da barbárie.

Mas *Tempos Modernos* é muito mais do que um filme de tese. Se vemos uma crítica incisiva à industrialização, vemos também o encanto por ela. Dito de outro modo: a resposta de Chaplin ao encanto da máxima eficiência e produtividade da máquina é o encanto da máxima eficiência e produtividade da criação. Não é à toa que o crítico de cinema francês André Bazin veja no filme a primazia do estilo de Carlitos, este

mítico vagabundo. O trabalho de Chaplin é de um refinamento invejável, sua sequência de atividades é impecável, seu tratamento dos tempos e movimentos é feito de forma sofisticadamente simples. Arrisco-me a dizer até que Taylor certamente afirmaria de Chaplin, caso tivesse tido da vida o privilégio de assistir a *Tempos Modernos* “Eis um perfeito exemplo de trabalho científico!”

Por que Carlitos, no auge de sua vagabundice, nos é importante? Pois ele nos aponta para um caminho muito interessante de articulação entre a engenharia e a cultura, ilustrado pela criação do curso de Engenharia de Produção com ênfase em Produção em Cultura (Unirio), dentre outros de Gestão Cultural. Carlitos seria um emblema do casamento entre o engenheiro e o artista, visto que, fruto da indústria cinematográfica, o personagem não se deixa esquecer por *blockbusters* de ação (estes sim, velozes na história, tal como os seus títulos). No que concerne concretamente a carreira do Engenheiro de Produção com ênfase em Cultura, é preciso dizer, antes de mais nada, que ele é um engenheiro como qualquer outro. Contudo, ao invés de ter tão somente como objetos de estudo, de consultoria e de análise empresas multinacionais de setores industriais clássicos ou de economias pujantes, o engenheiro com ênfase em cultura volta-se ao cenário artístico-cultural brasileiro. Mas qual seria o motivo desta nova especialização?

Não é novidade alguma o conjunto de dificuldades gerenciais e econômicas enfrentadas pelo setor cultural. Pode-se afirmar até que todos os problemas presentes em nossas questões sociais mais sérias são também encontrados nas atividades artístico-culturais: descontinuidades governamentais, informalidades de todo tipo e ausência crônica de investimentos são algumas das dificuldades presentes transversalmente no setor cultural. Não se está aqui, contudo, afirmando que a culpa é dos artistas, muito pelo contrário. Se a distinção cultural brasileira é, de fato, algo que nos diferencia de todo o mundo, este fato se deve em grande parte ao trabalho de nossos artistas e artesãos. Todavia, mesmo com este bravo esforço, não há mapeamentos econômicos das

atividades culturais, os equipamentos culturais se distribuem desigual e esparsamente, pelo vasto território brasileiro, muitas carreiras artísticas não apresentam perspectivas recompensadoras nem são consideradas como tais nas classificações oficiais de atividades econômicas, a maioria das iniciativas de fomento público sofrem de dirigismo cultural por parte de parcerias público-privadas etc. Assim, enquanto temos uma fértil horta de criação artística, uma terra devastada caracteriza os processos gerenciais de produção cultural.

É precisamente essa lacuna que a Engenharia de Produção com ênfase em Cultura procura diminuir. Os egressos do curso, extremamente capacitados do ponto de vista de Engenharia, voltam-se à produção cultural com o objetivo de resolver os problemas gerenciais que, de uma forma ou de outra, emperram a criação. Em outras palavras, este engenheiro busca resolver os gargalos de nossa gestão cultural. Para isso, eles precisam de uma visão mais “humana”, diga-se assim, com um conjunto de disciplinas voltadas à produção cultural que não o irão transformar, todavia, em artistas (apesar de haver engenheiros-músicos, engenheiros-dançarinos etc.), mas fazê-los compreender que o conceito de valor não se reduz à ideia de preço.

Tendo isto em mente, abre-se para este profissional um leque enorme de possibilidades metodológicas, tais como: a aplicação de ferramentas logísticas e/ou de pesquisa operacional para solucionar os nossos arquipélagos culturais; a realização de mapeamentos de setores culturais, tentando compreender as etapas que compõem suas cadeias produtivas; a elaboração de indicadores que auxiliem os gestores nas tomadas de decisão e na formulação de políticas públicas; a aproximação dos projetos culturais à área, extremamente desenvolvida, do gerenciamento de projetos etc. As possibilidades são, de fato, inúmeras.² Nesse sentido, o engenheiro verdadeiramente inovador não irá abrir mais uma loja de camisetas de *silk-screen*, mas encarar os problemas artístico-culturais, oferecendo soluções inéditas a partir da aplicação – muitas vezes, realizada pela primeira vez – das ferramentas da engenharia à produção

cultural. Dialeticamente, é quando soluciona os problemas do cenário e do processo cultural brasileiro que o engenheiro é mais inovadoramente engenheiro, e não quando lida apenas com os já previsíveis problemas da indústria siderúrgica ou de petróleo, ainda que haja nestas áreas uma valorização desmedida da retórica da inovação.

Assim sendo, não se trata de endossar uma restrita perspectiva econômica mesmo que no amplo espectro da Indústria Criativa. Pois, como se pode constatar no último *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil* (FIRJAN, 2016), dentre as quatro áreas que compõem o escopo criativo – Consumo (*Design*, Arquitetura, Moda e Publicidade), Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC), Mídias (Editorial e Audiovisual) e Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) – são as duas primeiras que abocanham 80% dos trabalhadores criativos brasileiros, tendo a Cultura uma participação de apenas 7,8%. Deixando de lado a questão – fundamental – da informalidade, pode-se concluir que a Cultura não é o carro-chefe da Indústria Criativa. A Indústria Criativa, com o seu argumento voltado mais à inovação industrial do que à criatividade (ou, dito de outro modo, à criatividade canalizada para a inovação), não dá conta, portanto, da produção cultural.

Falar em Engenharia de Produção voltada à Cultura não é, com isso, embarcar no discurso da inovação e propor a construção faraônica de novos museus (como o Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro) ou um estudo supostamente neutro para verificar a política de reciclagem de um evento de pasteurização cultural como o *Rock in Rio*. Trata-se, por outra via, de propor um sistema logístico eficiente para a rede pública de nossos museus, em grande parte sucateada. Ou ainda, de, por meio de rotinas básicas associadas à Engenharia do Trabalho, prevenir o fechamento de espaços teatrais por mais de um mês, como ocorreu recentemente no Rio de Janeiro, devido à ausência de extintores de incêndio e outros instrumentos do tipo (imaginem chegar na *Broadway* e ver seus teatros fechados por falta de extintores?).

Sendo assim, um engenheiro com esta formação está apto, com isso, a ocupar as diversas profissões associadas à Gestão Cultural (secretário de cultura, curador, programador, diretor executivo, produtor etc.). Oxalá, com essa divisão do trabalho melhor delineada, os artistas consigam se desvencilhar de suas atividades gerenciais, focando naquilo que eles têm de melhor, a criação de obras e experiências inesquecíveis. Através desta divisão, ocorre, dialeticamente, a integração: o engenheiro se torna mais artista, e o artista, mais engenheiro. Como Chaplin.

Curador(es)

Ao contrário da figura do engenheiro com ênfase em cultura, ainda envolta em uma cortina de desconhecimento e desconfiança, aquela do curador tem experimentado triunfos acachapantes, como atesta o sucesso econômico e institucional de programas, publicações e cursos de curadoria nesses primeiros anos de século XXI. Atualmente, todos querem ser não artistas, mas curadores. Mas, que novidade é essa: ser curador? Apresentemos duas perspectivas antitéticas: por um lado, há aquela desenvolvida por Boris Groys, que nivela o curador ao artista, a partir de uma identidade entre seleção e criação que faz com que os mecanismos expositivos e discursivos sejam também considerados uma obra de arte. Instalação e *design* curatorial seriam, pois, idênticos:

A instalação tornou-se aceita como uma forma de arte e assume cada vez mais um papel proeminente na arte contemporânea. Mesmo que as imagens e objetos individuais percam seu status autônomo, toda a instalação o recupera. [...] Aqui, a figura do curador, em especial do curador independente, cada vez mais central na arte contemporânea, entra em jogo. Em se tratando disso, o curador independente faz tudo o que o artista contemporâneo faz. O curador independente viaja pelo mundo e organiza exposições que são comparáveis às instalações artísticas, pois são os resultados de projetos, decisões e ações curatoriais individuais.³ (GROYS, 2006, tradução nossa)

Por outro lado, Claire Bishop (2007, tradução nossa), ao tentar definir a figura do curador em *What is a curator?*, afirma, em franca oposição à Groys:

Embora a curadoria e a instalação estejam ambas preocupadas com a seleção, elas funcionam em diferentes esferas discursivas: a seleção curatorial é sempre mais uma negociação ética de autorias pré-existentes do que a criação artística de um significado *sui generis*.⁴

Em sua ótica, enquanto o artista se interessaria pelo colapso do significado (como exemplifica a impossibilidade de uma interpretação pedagógica de *Musée d'Art Moderne (1968–1972)*, de Marcel Broodthaers), o curador seria um estabilizador de sentidos, incorporando uma autoridade institucional que se interpõe entre as obras e os espectadores. Em última (ou primeira) instância, o curador nada mais seria que um agente promocional da indústria cultural que substituiria o crítico e o historiador no processo de legitimação do artista e da obra de arte.⁵ (FRIQUES, 2016b).

Indubitavelmente, a emergência da curadoria responde às transformações, experimentações e radicalizações das investigações artísticas. Porém, considerando as opiniões de Groys (2006) e Bishop (2007), qual perspectiva sobre a curadoria seria a mais adequada, a otimista ou a pessimista? A prudência nos aconselha a desviar do embate e encarar as duas opiniões como igualmente válidas, considerando-as enquanto extremos de uma escala classificatória que comporta muitas variações. Em outras palavras, o curador-artista e o curador-*promoter* são apenas duas possibilidades dentre muitas, como indica, por exemplo, a classificação dos curadores proposta por Jessica Morgan (ela mesma uma curadora, tendo trabalhado na Bienal de Gwangju, na Tate Modern e na Dia: Beacon), conforme o desenvolvimento histórico deste ofício. (HOFFMAN, 2013) Ou ainda, a proposta do artista e curador nigeriano-americano Olu Oguibe, que desenvolve uma outra classificação

da curadoria, identificando os seguintes tipos de curadores: curador independente ou viajante; curador institucional (burocrata); curador *connaisseur*; e, por fim, curador como corretor cultural. Mas é o curador considerado como *zelador* de uma obra de arte a acepção que representaria o papel ideal deste profissional. Eis o fardo da curadoria: antes de se afirmar como um corretor de serviços ou uma autoridade institucional, o curador seria “inquisitivo, dedicado, estimulável e bem preparado para trabalhar com artistas a fim de estabelecer as conexões necessárias entre eles e o público”. (OGUIBE, 2004, p. 14) Constata-se, portanto que, assim como Groys, Oguibe propõe uma recuperação do sentido etimológico do termo.

Sem adentrarmos nos meandros classificatórios do exercício curatorial – atitude que poderia redundar em um mero jogo de rótulos –, importa aqui perceber os riscos que esta função assume. De fato, como indicam as entrevistas coletadas por Hans Ulrich Obrist em *Uma breve história da curadoria*, a figura do curador está invariavelmente atada, em maior ou menor grau, a um contexto institucional. Mas, se acreditarmos, como Andrea Fraser, que a instituição da arte não está inacessível, fora mas dentro de nós (embora haja um problema aí, visto que na realidade brasileira as instituições não possuem um papel tão forte quanto no contexto estadunidense), devemos olhar detidamente caso a caso, se desejamos valorizar a condição laboratorial e inventiva da prática curatorial.

Que esta condição laboratorial não seja lida, todavia, enquanto apenas um gesto intelectual de curadores-etnógrafos que, herdeiros do legado transnacional de *Magiciens de la Terre*,⁶ nada mais fariam do que confirmar a inevitabilidade de uma perspectiva etnocêntrica pautada por critérios estéticos e visuais despidos de suas determinações geopolíticas e que acabam, por fim, por reforçar a lógica de mercado. O curador não é apenas este “personagem aparentemente todo-poderoso, a deslocar-se com facilidade similar aos grandes executivos de multinacionais, de Nova York para Los Angeles, de Paris para Veneza, de Milão para Madri

ou Barcelona”. (AMARAL, 2006, p. 52) Além (ou apesar) do cosmopolitismo, o curador é uma figura polivalente sendo um “administrador, amador, autor de introduções, bibliotecário, gerente e contador, animador, conservador, financista e diplomata [...] vigilante, transportador, comunicador e pesquisador”. (OBRIST, 2010, p. 42) Ele deve, sobretudo, estabelecer uma relação dialética com a instituição, gerando atritos entre projetos e normas. É nesta perspectiva que Ruth Noack, curadora da *Documenta de Kassel 12*, afirma ser contra o processo de profissionalização do curador em detrimento da educação. Pois:

Os cursos de curadoria são frequentemente orientados para formar um tipo de profissional que acabará por azeitar a máquina, o que não será tão interessante. [...] os curadores devem permanecer diferentes. [...] Criar um grande contingente de curadores torna todos, inclusive a geração mais velha, cada vez mais precários. No entanto, não se engane. Mesmo aqueles curadores mais reconhecidos são em sua maioria precários. O modelo do ‘curador independente’ é um ideal falso. Eles são provavelmente os mais dependentes por razões econômicas: você está fazendo uma mostra para existir e fazer a próxima, em um ciclo que nunca pode parar. Isso significa que as pessoas podem ficar cansadas, mas com medo de parar, porque temem que elas possam ser deixadas de lado e não conseguir mais voltar. Assim, tudo se integra em uma mesma formação. Dito isto, sempre houve pessoas que fizeram as coisas de maneira diferente.⁷ (NOACK; FRIQUES; LARU-AN, 2015, tradução nossa)

A questão, portanto, não é ser ou não ser curador, mas como sê-lo a partir de um desejo e de um exercício de autonomia, precário, mas potente. Caso contrário, azeita-se a máquina, sem, é claro, deixar de ser também curador.

Dramaturg

A emergência da curadoria nas últimas décadas, paralela ao florescimento das instalações, relaciona-se com uma certa noção de teatralidade. Índícios disso são encontrados na presença de curadores com

trajetória anterior no teatro, a exemplo do suíço Harald Szeemann, do italiano Francesco Bonami e do costa-riquenho Jens Hoffmann. E, ainda, em recentes exposições que propõem um diálogo mais explícito entre o teatro e as artes visuais, em especial *The World as a Stage*, com curadoria de Jessica Morgan e Catherine Wood (Tate Modern, 2007), e *Theatrical Fields*, com curadoria de Ute Meta Bauer (NTU Centre for Contemporary Art Singapore, 2014). Ou até mesmo nas frequentes recriações de performances e mostras, a exemplo dos *re-enactments* de Marina Abramovic por ocasião de sua retrospectiva no MoMA (*The Artist is Present*, 2010) e de exposições como *A mão do povo brasileiro* – originalmente criada por Lina Bo Bardi em 1969 – no Museu de Arte de São Paulo (MASP) em 2016 e *A Reencenação*, com curadoria de Fernando Oliva (Bienal da Bahia, 2014).

Indubitavelmente, são diversas as relações entre teatro e artes visuais, bem como as ideias de teatralidade. A noção de teatralidade a qual desejo focalizar – e que, de certa forma, perpassa muitas das investigações em torno do termo, mesmo as mais desconfiadas, como aquela proposta pelo crítico estadunidense Michael Fried⁸ – pode ser definida, em largas pinceladas, como um teatro liberto da hegemonia do texto. Jean-Pierre Sarrazac, em seu *Léxico do drama moderno e contemporâneo*, esclarece que “essa concepção cênica da teatralidade, ligada ao despertar da encenação no fim do século XIX, procura a autonomia completa da encenação em relação à literatura”. (SARRAZAC, 2012, p. 179) Interessante notar aqui que se a teatralidade está associada ao fim do textocentrismo, o texto passa a ser um elemento cênico entre outros, não havendo, pois, uma hierarquia rígida entre os recursos semiológicos teatrais (iluminação, cenografia, música etc.). Com o crepúsculo do primado do texto, surge a linguagem enquanto objeto de exposição, conforme postula Hans-Thies Lehmann (2007, p. 249):

O princípio da exposição apreende o material linguístico em conjunto com os corpos, o gestual e as vozes, contrapondo-se à função representativa da linguagem no teatro. Em vez de representação de conteúdos linguísticos orientada pelo texto, prevalece

uma ‘disposição’ de sons, palavras, frases e ressonâncias conduzida pela composição cênica e por uma dramaturgia visual que pouco se pautam pelo ‘sentido’.

Em meio a este processo histórico de libertação dos grilhões texto-cêntricos novecentistas, surgem novas possibilidades de atuação profissional, sendo precisamente este o contexto de surgimento do *dramaturg* (ou dramaturgista). Mas quais seriam as diferenças entre esta figura e o autor do texto dramático, *i.e.*, o dramaturgo? Patrice Pavis (1999, p. 117, grifo do autor) propõe a seguinte distinção:

O alemão distingue, diversamente do francês, o *Dramatiker*, aquele que escreve as peças, do *Dramaturg*, que é quem prepara sua interpretação e sua realização cênicas. As duas atividades são às vezes desenvolvidas simultaneamente pela mesma pessoa (ex.: Brecht). Empregado correntemente na Alemanha, e se o dramaturgo trabalha de forma contínua com um mesmo encenador, essa figura está cada vez mais presente na França.

Pelo exposto acima, nota-se que a distinção de Pavis – estreitamente vinculada à realidade europeia – está associada à relação entre literatura dramática e encenação. De um lado, o dramaturgo elaboraria o texto, independentemente da encenação (mesmo que haja, ali no texto, o seu acontecimento cênico virtual, o “teatro na estante”, na acepção de João Roberto Faria); de outro lado, o *dramaturg* seria responsável pela tradução (isto é, traição) do texto aos palcos.

Gostaria de complicar, todavia, esta bipartição, afirmando que, no contexto brasileiro, o *dramaturg* não será aquela figura que, necessariamente, lida com o *texto*, mas com um processo de reflexão associado à criação tanto do espetáculo quanto da linguagem cênica. Em outras palavras, o *dramaturg* emancipa-se – sem abandonar, evidentemente – de suas funções técnicas (traduzir ou adaptar um texto, em especial) auxiliando a equipe de criação em busca de uma linguagem cênica. O epíteto “linguagem” aqui é fundamental, pois nos auxilia a compreender este movimento de ampliação. Ao passo que a linguagem deixa de

ser compreendida, em sua abertura semiológica, apenas como aquela restrita aos signos linguísticos, o *dramaturg* considera como *texto* não apenas aquilo que está codificado verbalmente. Um fragmento audiovisual, um acontecimento político, batuques, canções, sonhos, delírios, fotografias, pinturas, tudo pode ser texto. Ao lado disso, o *dramaturga* também como um espectador privilegiado, buscando compreender, sugerir e questionar os caminhos hermenêuticos abertos pelos recursos teatrais mobilizados pela equipe criativa, como exemplifica Ivan Delmanto (2005, p. 14), colaborador dramaturgic do espetáculo BR3 da companhia paulistana Teatro da Vertigem:

No mais novo projeto do Teatro da Vertigem, o BR3, o dramaturgismo, que conta também com a coordenação da pesquisadora Silvia Fernandes, tem como atribuição principal elaborar uma reflexão capaz de unir processo criativo e teoria, sem que exista qualquer separação entre teoria e prática, característica da divisão social do trabalho. Além de coordenar a pesquisa teórica do grupo (leituras, seminários e entrevistas), o dramaturgismo procura inserir-se a todo tempo na sala de ensaio, não só como ponto de vista crítico do processo, mas também como elemento criador, propondo estímulos, improvisações, exercícios.

Sendo assim, o *dramaturg* pode ser compreendido enquanto um crítico interno, uma vez que, ao acompanhar os processos criativos de espetáculos teatrais, ele propõe, na sala de ensaios e também fora dela, confrontos entre os dispositivos teóricos e práticos pertinentes a cada situação de investigação cênica. Mas não é de todo adequado equiparar as funções do crítico e do *dramaturg*. De fato, o *dramaturgs* e aproxima mais do curador, naquilo que ambas as figuras oferecem de pensamento crítico, apesar do (e graças ao) ocaso da figura do crítico. Mas, atenção: que não se atribua demasiado valor ao gesto crítico. Em outras palavras, os maneirismos, tanto do “teatro da exposição” quanto da criticalidade, assumem papéis hegemônicos em meio à espetacularização neoliberal da produção cultural, algo que Thomas Ostermeier, diretor do Teatro

Schaubühne (Berlim) batizou de “realismo capitalista”. Quanto a isso, podemos considerar uma vez mais a opinião de Ruth Noack, para quem:

Na maioria das vezes, as pessoas se escondem atrás de um gesto decriticalidade, porque têm medo de expressar algo que seja considerado errado ou ingênuo ou fora de moda. No entanto, para que qualquer ação política ocorra, as pessoas precisam expressar uma posição. Isso pode ser derivado da crítica, mas não pode parar por aí. Eu acho que isso me deixa vinculada à utopia.⁹ (NOACK; FRIQUES; LARU-AN, 2015, tradução nossa)

Arqueólogo, ou o novo discurso do velho

Talvez soe um pouco inusitado concluir este ensaio sobre novas profissões artístico-culturais com uma figura cujo nascimento antecede o nosso século e que não se relacione diretamente com a produção cultural. Contudo, esta escolha se justifica, sobretudo, pela “febre tão intensa de reformas” (HOLANDA, 2014, p. 86) que Sérgio Buarque de Holanda descreveu apropriadamente ao se referir às transformações dos anos 1850 que prepararam, de certo modo, o regime republicano, e que gostaríamos de expandir aqui, considerando-a como uma pirexia estrutural de nossos *Tristes Trópicos*. Ao que parece, é este Estado febril um dos fatores que nos condena ao desterro em nossa própria terra, desterro este vinculado ao fato de o Brasil, conforme Claude Lévi-Strauss (1996) assinala, mais se transformar do que se desenvolver, sendo as *coisas nossas* caracterizadas paradoxalmente como ainda construções e já ruínas. (FRIQUES, 2015)

Neste cenário infatigável de reformas e ruínas, a arqueologia surge enquanto poderoso instrumento de questionamento vinculado às políticas da memória e da preservação. Não à toa, muitos artistas contemporâneos – como Yuri Firmeza, Ícaro Lira, Paulo Nazareth, entre outros – desenvolvem práticas etnoarqueológicas que buscam, a partir dos fragmentos esquecidos, ensaiar uma política da memória que não se deixe apagar pelo fluxo desenfreado de transformações.

Ao lado destas práticas artísticas, há também as investigações etnoarqueológicas *strictu sensu*, diga-se assim, ilustradas pela trajetória de Niède Guidon, fundadora da Fundação Museu do Homem Americano (Fumdam), em São Raimundo Nonato¹⁰ (PI), e guardiã incansável do tesouro rupestre brasileiro. Suas pesquisas remontam a 1970, tendo sido formada em 1978 uma equipe franco-brasileira transdisciplinar de modo a contornar a nossa “principlante pré-história” com a investigação da rica “densidade de sítios pré-históricos e cronologias muito antigas” (MARTIN, 1997, p. 7), resultando daí uma poderosa base – em termos analíticos, classificatórios, descritivos, arqueológicos, etnológicos e historiográficos – para as pesquisas subsequentes. Guidon é bastante conhecida por ser uma guerreira em prol do reconhecimento e da valorização deste patrimônio brasileiro. A partir de escavações sistemáticas seguidas de sondagens científicas variadas, sua equipe encontrou, em sítios arqueológicos do sudeste piauiense (como a Toca do Boqueirão da Pedra Furada e a Toca do Caldeirão dos Rodrigues), registros rupestres, artefatos de pedra lascada, evidências de fogueiras estruturadas, entre outros vestígios da cultura material e imaterial que permitiram o desenvolvimento de uma teoria alternativa da ocupação humana nas Américas.

Antes das descobertas de Guidon e seus pares, havia o entendimento relativamente hegemônico promovido pela escola estadunidense – baseado em rastros arqueológicos indeléveis, é preciso dizer – a partir das descobertas casadas de vestígios de fósseis de animais e de instrumentos de caça nas cidades de Folsom e Clóvis, no Novo México. Os indícios reforçaram a teoria, elaborada nos anos 50, segundo a qual o povoamento das Américas havia se dado por meio da passagem de grupos provenientes da Sibéria pelo estreito de Bering, tendo chegado à costa ocidental da América do Norte há aproximadamente 15.000 anos atrás. Surpreendentemente, os resultados científicos dos achados da equipe liderada por Guidon sugerem que a ocupação remonta há cerca de 100 mil anos atrás, pondo por terra a hipótese dos homens terem passado pelo estreito de Bering, mas pelo Atlântico.

Mencionar a luta de Guidon é também deslocar a perspectiva da querela internacional ao contexto brasileiro. Aqui, o debate não é meramente arqueológico, adquirindo matizes político-institucionais, uma vez que os esforços de Guidon e sua equipe sofre, intermitentemente, o risco de desaparecimento. A condição precária dos rastros pré-históricos se alastra, com isso, para a própria infraestrutura científico-institucional responsável por suas pesquisa e conservação, reforçando o descaso crônico e congênito que caracteriza a governança de nosso país. Apesar (ou por causa) disso, a descoberta de novos sítios arqueológicos nordestinos, conforme assinala Anne-Marie Pessis, cresce em um ritmo vertiginoso, com inúmeras áreas – no Piauí, mas também no Ceará, no Sergipe, no Rio Grande do Norte, entre outros estados – ainda carecendo de detidas investigações e comprometidos investigadores. Ao meu ver, vislumbra-se aqui mais uma excelente oportunidade profissional: ao invés do encanto passivo com as descobertas tecnológicas, há o desejo ativo de investigação arqueológica que, com o auxílio de dispositivos científicos e tecnológicos de última geração, pode não nos levar ao futuro, mas nos ajudar a reconstituir o passado, mudando em absoluto a pré-história e a história de todos os brasileiros. Isto não é pouco. Talvez, seja o novo.

Notas

- 1 Basicamente, a teoria populacional concebida por Thomas R. Malthus (1766-1834) postula uma diferença crônica de crescimento entre a população e a produção de alimentos. Segundo ele, enquanto a primeira cresce em progressão geométrica, a segunda avançava em progressão aritmética. Veremos que Pereira irá, de certo modo, reconfigurar, mesmo que involuntariamente, esta teoria, ao sugerir o avanço exponencial da tecnologia.
- 2 Nos últimos anos, em parceria com docentes e discentes da UNIRIO, tenho desenvolvido algumas reflexões e revisões bibliográficas a respeito desta difícil relação entre teatro/arte e economia/engenharia: Friques e Luque, (2016); Friques (2016); Friques e colaboradores (2015); Friques (2013); Friques e colaboradores (2014); Friques (2012); Friques e colaboradores (2015); Friques (2012).
- 3 “Installation has become accepted as an art form, and increasingly assumes a leading role in contemporary art. Even though the individual images and objects lose their autonomous sta-

tus, the entire installation gains it back. [...] Here the figure of the curator, especially, of the independent curator, increasingly central to contemporary art, comes into play. When it comes down to it, the independent curator does everything the contemporary artist does. The independent curator travels the world and organizes exhibitions which are comparable to artistic installations, because they are the results of individual curatorial projects, decisions, and actions”. Há aproximações entre o pensamento de Roberto Conduru e Boris Groys, conforme se atesta na seguinte passagem de *Transparência opaca*: “Meio específico de enunciação crítica da arte e da cultura, a exposição de arte deve ser pensada não como um simples dispositivo de amostragem de obras, mas como uma obra em si, unidade construída com diferentes tipos de objetos, cujos significados estão além de sua mera soma, e que deve ser analisada em suas particularidades discursivas e rituais. No limite, é possível falar em uma ‘arte de expor’” (CONDURU, 2004, p. 31, grifo do autor). Conduru, todavia, questiona o vínculo institucional das obras curatoriais, lembrando que o circuito de arte é incipiente no Brasil, como comprova a escassez de exposições permanentes que narrem a trajetória da produção artística nacional.

- 4 “Although both curating and installation are concerned with selection, they function within different discursive spheres: curatorial selection is always an ethical negotiation of pre-existing authorships, rather than the artistic creation of meaning sui generis”.
- 5 Oguibe descreve de modo semelhante o curador, sendo esta “a figura mais temida e talvez a mais odiada da arte contemporânea”. (OGUIBE, 2004, p. 7)
- 6 Criada como uma substituição da Bienal de Paris, a exposição *Magiciens de la Terre* ocorreu no Centre Georges Pompidou, em Paris (1989), e foi autodivulga da como “première exposition mondiale d’art contemporain”. (STEEDS, 2013, p. 24) Foram selecionados cerca de cem artistas, sendo a metade deles proveniente dos grandes centros artísticos e a outra parte originária de países à margem do eixo euroamericano. Levantando questões a respeito do *status* da arte no pós-colonialismo, a exposição foi organizada por um time de curadores, pesquisadores e antropólogos que, sob a liderança de Jean-Hubert Martin, viajou ao redor do mundo ao encontro de artistas sugeridos por especialistas regionais.
- 7 “Curatorial courses are frequently geared toward making the kind of individuals who will just oil the machine, who will not be so interesting. [...] curators must stay different. [...] Creating a large pool of curators makes everyone, including the older generation, ever so much more precarious. However, don’t kid yourself. Even the so-called star curators are mostly precarious. The model of the ‘independent curator’ is a false ideal. They are probably the most dependent because of economic reasons: you’re making a show in order to exist to make the next show, a cycle which can never stop. It means that people can get tired but scared to stop, because they are afraid that they might fall off the face of the earth and not be able to get back on. Thus, everything becomes the same formation. Having said that, there have always been people who have done things differently.”
- 8 Para Fried, a teatralidade está associada não à representação, mas à utilização literal dos objetos, de modo que não haja separação entre palco e plateia, entre o espaço mobilizado pela obra e o do espectador. Trata-se de uma noção de teatralidade muito específica, na medida em que não o considera conforme a história de sua prática, apesar de lidar com a questão da autonomia estética da encenação. Quanto a isso, pergunta-se o motivo que tenha levado Fried à eleição da teatralidade. Deve-se ter em mente a seguinte frase: “What lies between

the arts is theater”. (FRIED, 1998, p. 164) O teatro, em sua autonomia em relação à literatura, é o oposto da compartimentalização modernista das artes: englobando diversos procedimentos e recursos de significação, a prática teatral seria promíscua e impura. O teatro autônomo, a despeito mesmo de sua autonomia moderna, é o *antimediu*.

- 9 “More often than not, people hide behind the gesture of criticality, because they are afraid of articulating something that will be deemed wrong or naive or out of fashion. Yet in order for any political action to take place, people need to voice a position. This might be derived from criticism, but it cannot stop there. I guess that makes me still attached to utopia.”
- 10 É preciso dizer que a área arqueológica não se limita ao município de São Raimundo Nonato, devendo-se incluir aí São João do Piauí, Canto do Buriti, Anísio de Abreu e Caracol.

Referências

- AMARAL, A. *O curador como estrela*. In: Textos do Trópico de Capricórnio - vol. 3 Artigos e ensaios (1980-2005): Bienais e artistas contemporâneos no Brasil. São Paulo: Editora 34, 2006.
- BISHOP, Cl. Shows of Force. New York: Revista *Artforum*, v. 52, n. 7, p. 77-78, Mar. 2014.
- BISHOP, C. *What is a Curator?* Revista *Idea: art and society*, Cluj-Napoca, n. 26, 2007. Disponível em: <<http://idea.ro/revista/?q=en/node/41&articol=468>>. Acesso em: 2 jan. 2015.
- BUCHLOH, B. *The wholeearth show: an interview with Jean-Hubert Martin*. In: STEEDS, L. (Org.) *Making Art Global (Part 2) - 'Magiciens de la Terre' 1989*. Londres: Afterall Books, 2013.
- CONDURU, R. Transparência opaca. *Revista Concinnitas: arte, cultura e pensamento*, Rio de Janeiro, Ano 5, n. 6, p. 30-35, jul. 2004.
- DELMANTO, I. Expedição BR3 – Reflexão, Fragmentos. *Subtexto – Revista de Teatro do Galpão Cine Horto*, Belo Horizonte, ano 2, n. 2, p. 14-24, dez. 2005.
- DUBOIS, P. *Cinema, Video, Godard*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- FARIA, J. R. *O teatro na estante*. São Paulo: Ateliê Editorial, 1998.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2015.

FRASER, A. O que é crítica institucional? *Revista Concinnitas: arte, cultura e pensamento*, Rio de Janeiro, ano 15, v. 2, n. 24, p. 1-4, dez. 2014.

FRIED, M. *Art and Object hood*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

FRIQUES, M. S. Cidades criativas ou cidades-empresa? Paradoxos entre a cultura e a economia. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 10., 2014, Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2014a.

FRIQUES, M. S. Da pintura histórica à bienal histórica: autonomia, curadoria e bienalização. *Pós*, Belo Horizonte, v. 6, n. 12, p. 287-308, nov. 2016b. Disponível em: <<https://www.eba.ufmg.br/revistapos/index.php/pos/article/view/419>>. Acesso em: 03 jan. 2017.

FRIQUES, M. S.; LUQUE, B. Economics of Brazilian performing arts: financing and employment. *Brazilian Journal of Science and Technology*, v. 3, ago. 2016c.

FRIQUES. Economia da cultura e economia do entretenimento: hiatos e abreviações. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 8., 2012, Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2012.

FRIQUES, M. S. Edital é pouco, meu prêmio primeiro: uma análise material do “mercado” teatral brasileiro. *Revista Sala Preta*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 179-213, 2016a. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/salapreta/article/view/111417>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

FRIQUES, M. S. et al. *O emprego formal nas artes cênicas*. In: ENCONTRO DE ENGENHARIA NO ENTRETENIMENTO UNIRIO, 3., 2015. Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Unirio - 3E, 2015a.

FRIQUES, M. S. et al. A engenharia de produção na produção cultural, na economia criativa e na indústria do entretenimento. In: OLIVEIRA, V. F. de; CAVENAGHI, V.; SOARES, F. (Org.). *Tópicos emergentes e desafios metodológicos em Engenharia de Produção: casos, experiências e proposições*. Rio de Janeiro: ABEPRO, 2014b. v. 7.

FRIQUES, M. S. O escopo da Economia Criativa no contexto brasileiro. *Revista Design, Inovação e Gestão Estratégica*, v. 4, 2013.

- FRIQUES, M. S. Introdução à economia da cultura: escopo e traços característicos. In: SABRÁ, F. et al. (Org.). *Inovação, estudos e pesquisas: reflexões para o universo têxtil e de confecção*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- FRIQUES, M. S. Our cities were built to be... Uma entropologia brasileira: Caetano Veloso, Lévi-Strauss, Georges Bataille. *Revista Centro*, n. 0, dez. 2015. Disponível em: <<http://revistacentro.org/>>. Acesso em: 20 de junho de 2017.
- FRIQUES, M. S. et al. Sobre as fronteiras epistemológicas entre Engenharia e Arte. *Revista Tecnologia & Cultura*, Rio de Janeiro, Ano, 17, n. 25, p. 30-37, jan./jun. 2015b.
- GROYS, B. The Curator As Iconoclast. History and Theory, Bezael // Volumen. 2 – *New Approaches in Contemporary Curating*, n. 2, Spring 2006. Disponível em: <http://bezalel.secured.co.il/zope/home/en/1143538156/1143802471_en>. Acesso em: 20 de junho de 2017.
- HOFFMAN, J. (Ed.). *Ten Fundamental Questions of Curating*. Milão: Mousse Publishing, Fiorucci Art Trust, 2013.
- HOLANDA, S. B. de. *Raízes do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- LEHMANN, H-T. *Teatro pós-dramático*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- LÉVI-STRAUSS, C. *Tristes trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- MARTIN, G. Pré-História do Nordeste: pesquisas e pesquisadores. *Revista Clio Arqueológica*, Recife, n. 19, v. 12, p. 7-15, 1997.
- MINTZBERG, H. *Managing: desvendando o dia a dia da Gestão*. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- NOACK, R.; FRIQUES, M. S.; LARU-AN, R. Curators Must Stay Different - Interview with Ruth Noack. *Open! Platform for Art, Culture & the Public Domain*, dez. 2015. Disponível em: <<http://www.onlineopen.org/curators-must-stay-different>>. Acesso em: 06 maio 2017.
- OBRIST, H. U. *Uma breve história da curadoria*. São Paulo: BEÏ Comunicação, 2010.

- OGUIBE, O. O fardo da curadoria. *Revista Concinnitas: arte, cultura e pensamento*. Rio de Janeiro, Ano 5, n. 6, p. 6-17, jul. 2004.
- OLIVA, F. 3a. Bienal da Bahia: refazendo tudo. In: CYPRIANO, F.; OLIVEIRA, M. M. de (Ed.). *Histórias das exposições: casos exemplares*. São Paulo: EDUC, 2016.
- OSTERMEIER, T. Para que serve o teatro? *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo, 02 abr. 2013. Disponível em: <<http://diplomatique.org.br/para-que-serve-o-teatro>>. Acesso em: 15 fev. 2017.
- PAVIS, P. *Dicionário de teatro*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- PESSIS, A-M. *Imagens da pré-história*. Parque Nacional Serra da Capivara. São Raimundo Nonato: FUNDHAM Ed., 2013.
- SARRAZAC, J-P. (Org.). *Léxico do drama moderno e contemporâneo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- STEEDS, L. et al. *Making Art Global (Part 2) - 'Magiciens de la Terre' 1989*. Londres: Afterall Books, 2013.

E se a economia da cultura
debatesse com mais frequência
o trabalho? Notas sobre a
organização dos interesses
laborais no campo cultural¹

*João Domingues**

*Notas sobre os estudos em economia
da cultura*

Assistimos nos últimos decênios uma razoável percepção de importância conferida ao fenômeno econômico da cultura na geração de riqueza e de postos de trabalho em economias centrais e periféricas. As expressões culturais vêm ganhando centralidade no debate do desenvolvimento econômico, enquanto ouvimos repetidamente que a economia da cultura representaria algo em torno de 6 a 7% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, com crescimento expandido em relação à taxa média geral.

* Doutor em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro/IPPUR. Professor Adjunto II do Departamento de Arte, do Curso de Graduação em Produção Cultural e do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense.

Nas condições nativas, isto significou uma convocação para a presença mais detida do Estado brasileiro na animação das chamadas cadeias produtivas. (ALMEIDA; ALBERNAZ; SIQUEIRA, 2013; UNESCO, 2010) Igualmente notável o interesse desta demarcação em uma literatura que se pretende especializada na economia da cultura. O que aparentava ser uma temática de menor “nobreza” nas ciências que tratam do desenvolvimento econômico ganhou um razoável volume de produções acadêmicas sobre o tema.

Esta literatura, em geral, aponta que a economia da cultura vem sendo estrategicamente animada no debate público como uma possibilidade de renovação de um ciclo estagnado e rotineiro da produção capitalista, assumindo importância real diante da crise empregatícia do pós-fordismo e na incorporação de muitos jovens urbanos ao mercado de trabalho. Quanto a essa possível potência não se fará aqui nenhuma ressalva. De fato, o campo cultural vem recebendo um número cada vez maior de atores em seus modelos produtivos e aumentando seu lugar nas trocas comerciais internacionais.

Uma brevíssima mirada sobre esta literatura no Brasil mostra que grande parte dos trabalhos privilegia a interpelação do modelo de análise dos arranjos expressivos em seus encadeamentos específicos (BAHIA, 2012; LEMOS et al., 2008); em suas formas distributivas e em seus modos de financiamento. (SILVA, 2007) Este modelo de interpelação da economia da cultura acentua a composição das canastras produtivas, enfatizando de forma bastante substantiva o impacto monetário das atividades culturais.

Mas se a percepção de um mercado de cultura global organizado a partir de alta concentração e desigual participação entre as regiões nos circuitos de importações e exportações vem sendo amplamente retratados (GARCIA CANCLINI, 2003), as condições internas de operação da produção da cultura na relação capital-trabalho e a organização das agendas políticas dos trabalhadores ainda aparecem como temas pouco problematizados. Nesse sentido, é necessário pontuar que o campo

cultural é altamente complexo, e que os sujeitos nele posicionados experimentam diferentes formas de inserção no mundo do trabalho e produzirão formas diversas de engajamento e organização de sua luta política.

Em sendo, a contribuição deste artigo procura estabelecer algumas pontes de diálogo com posições teóricas que problematizam a morfologia do trabalho e do trabalho cultural no atual ciclo reprodutivo do capitalismo. De certa maneira quer-se expor o debate no centro da crise da sociedade salarial, onde as garantias sociais decorrentes do pacto capital-trabalho são demovidas em nome da flexibilização laboral. Ademais, pretende-se pensar quais os impactos, retrações e possíveis estratégias de organização dos agentes sociais na construção de múltiplas pautas reivindicatórias e ofereça ao campo político-cultural subsídios para a superação de status de invisibilidade à dignidade laboral de seus trabalhadores e trabalhadoras.

Para tanto, pretende-se reunir para o debate duas composições de estratégias de enfrentamento da questão laboral no campo cultural. A primeira trata da via mais clássica de organização dos trabalhadores e trabalhadoras, notadamente referida aos sindicatos e associações de ofício. A segunda, procura ensaiar como os corpos laborais que sofrem mais diretamente com as condições precárias do trabalho podem estar renovando o repertório de ação coletiva.

É necessário reivindicar que este lugar no debate não se trata de uma simples opção metodológica. Conhecer as condições de inserção laboral no campo cultural – especialmente quando estas podem apontar para qualidades injustas ou precárias das agências sociais em sua relação com o mundo do trabalho – é afirmar que a própria noção de diversidade cultural opera em um risco por vezes invisibilizado por retóricas otimistas ou salvacionistas. Quando não as conhecemos há uma real chance em reproduzir desproteções às vidas que produzem as diferenças. Quando procuramos entender a organização das lutas coletivas, podemos perceber possíveis tensões entre os sentidos conferidos pelos trabalhadores e trabalhadoras em sua identidade laboral e o conjunto aplicado das políticas culturais.

Notas sobre os empregos formais e informais no campo cultural

Uma contribuição que procura descrever o trabalho formal no campo cultural vem de Silva e Araújo (2003) e Silva (no prelo), a partir dos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (PNAD/IBGE), com seus limites metodológicos identificados.

No caso da pesquisa de Silva e Araújo (2003, p. 298),² os autores afirmam que no campo cultural “cerca de 40% das ocupações são informais e não são captadas pela RAIS”, que nos induz a afirmar a necessidade de construção de macro dados sob princípios mais refinados ao campo cultural. Neste estudo os autores identificam que “pouco mais da metade dos trabalhadores da cultura [...] estava, no ano 2000, envolvida na área de edição de livros e leitura”. (SILVA; ARAÚJO, 2003, p. 298) Do ponto de vista metodológico, trata-se de um evidente problema.

Na comparação com o crescimento do mercado formal de trabalho no Brasil, o setor cultural apresentava números abaixo do crescimento médio. Acerca do impacto do campo cultural no trabalho formal, em “1995 o setor cultural representava 2% dos empregos formais no Brasil. Em 1999 significava 2,02%, e em 2000, 1,92%”. (SILVA; ARAÚJO, 2003, p. 308) Cada setor mapeado apresentou números de crescimento ou retração razoavelmente erráticos. Não foi possível identificar neste momento quais as fragilidades do campo cultural em momentos de crise ou estagnação econômicas ou mudanças de paradigmas tecnológicos, mas é provável que algumas de suas subareas venham a sofrer de forma mais intensa em momentos de reestruturações produtivas.

Em outro estudo, Silva (no prelo) identifica um crescimento exponencial das ocupações no setor cultural entre 2002 e 2014 a partir dos dados da PNAD,³ majoritariamente ocupado por jovens, sendo neste último ano “3,7 milhões de ocupações ou 3,96% do total”, e crescido “34% em relação ao observado em 2002, portanto, foi mais dinâmico

do que mercado de trabalho brasileiro que cresceu 24% no período”. (SILVA, no prelo)

O estudo aponta para um brutal declínio das taxas de informalidade, de 42,5% em 2002 para 30,89% no ano de 2014. Entre 2002 e 2009, tem-se quedas e aumentos da taxa de informalidade. Mas entre 2009 e 2011 a queda é de 38,37% para 30,34%, com certo comportamento de estabilidade nos anos subsequentes. (SILVA, no prelo)

Seria importante perguntar-nos os motivos desta alteração. No âmbito geral, isto pode tratar-se de alguma irradiação de políticas voltadas ao aumento geral do trabalho formal no Brasil, alargado por um crescimento econômico razoável no período, e de um novo modelo de autoemprego, pela introdução de ações voltados ao Microempresariamento Individual (MEI). Caso este modelo reflita estas características, seria necessário aprofundar estudos que problematizem as proporções de MEI originárias da informalidade e as que substituem o trabalho formal⁴.

Mas Silva também identifica que a “massa salarial da cultura era, em 2002, 7,05% do total, participação que se retraiu para 6,96% em 2014, chegando a R\$ 10 bilhões” (SILVA, no prelo), o que pode expor uma razoável intensificação de extração de trabalho. Ademais, observa que em 2014, cerca de um terço do mercado de trabalho em atividades culturais era composto de trabalhadores informais.

Outros trabalhos buscam compreender as relações entre formalização empregatícia e informalidade no comportamento específico de subsetores culturais. O estudo de Segnini (2007) apresenta alguns dados apresenta uma discussão sobre o exercício profissional e as tensões entre arte, trabalho e profissão nas áreas de dança e música no Brasil e França, em perspectiva comparada.

Para nosso debate interno, trata-se de uma contribuição significativa da interpretação do mercado de trabalho artístico em tempos de instabilidade empregatícia, operados em indicadores do Répertoire Opérationnel des Métiers et des Emplois (ROME) e da Classificação Brasileira de Ocupações. O estudo aponta para um aumento exponencial

do número de trabalhadores das áreas de dança e música em relação à população ocupada no Brasil, mas “reduzido índice de trabalho formal e predominância do trabalho intermitente, frequentemente precário”. (SEGNINI, 2007, p. 12)

Em relação aos empregos formais registrados na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2004, o setor de Artes e Espectáculo registrava apenas 11,5% de sua força de trabalho, enquanto que a média nacional no país era de 37,5% dos trabalhadores ocupados.⁵ (SEGNINI, 2007, p. 13) O estudo aponta ainda para um encaixe de rotinas heterogêneas do trabalho cultural às formas de flexibilização. Segnini (2007, p. 20) percebe que se reproduzem na organização do trabalho nas artes o regime flexível do tempo de trabalho (em tempo parcial, meio-período etc.) e nas formas flexíveis de emprego (*free-lancing*, autoemprego, vários empregadores, vários cachês etc.).

Neste sentido, podemos reivindicar afirmar que as relações empregatícias no campo cultural se mostram extremamente heterogêneas quanto às possibilidades de inserção de seus trabalhadores e trabalhadoras.

Como contribuição, apresenta-se alguns dados do ano de 2014 da PNAD, sobre as relações entre empregados com carteira assinada, funcionários públicos estatutários, outros empregados sem carteira de trabalho assinada, trabalhadores por conta própria, e empregadores, nas descrições profissionais produtores de espetáculos; coreógrafos e bailarinos; atores, diretores de espetáculos e afins; compositores, músicos e cantores. Preferiu-se neste momento apresentar apenas a posição na ocupação, a fim de perceber qual o nível de formalização empregatícia e informalidade.

Quadro 1 – Ocupações de trabalhadores da cultura, segundo o PNAD

	ARTISTAS	POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO ANO: 2014					TOTAL
		EMPREGADO COM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	FUNCIONÁRIO PÚBLICO ESTATUTÁRIO	OUTRO EMPREGADO SEM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	CONTA PRÓPRIA	EMPREGADOR	
Total	Produtores de espetáculo	3.769	649	2.141	23.011	445	29.925
	Coreógrafos e bailarinos	1.310	0	1.265	2.843	0	5.418
	Atores, diretores de espetáculos e afins	7.784	0	2.205	11.649	2.150	23.788
	Compositores, músicos e cantores	339	1.815	2.345	5.762	0	10.261
	Total	13.112	2.464	7.956	43.265	2.595	69.392

Fonte: baseado no PNAD - IBGE (2014).

Dos 29.925 “produtores de espetáculos” mapeados pelo PNAD, apenas 3.679 contam com carteira assinada e 649 são funcionários públicos. 445 são empregadores. Os trabalhadores por conta própria são a grande maioria, 23.011; sendo ainda 2.141 trabalhadores sem carteira assinada.

Dos 5.418 “coreógrafos e bailarinos”, 1.310 tem carteira assinada, 1.265 trabalham sem carteira assinada e 2.843 por conta própria.

No caso dos “atores, diretores de espetáculos e afins”, 7.784 são empregados com carteira assinada; 2.150 são empregadores; 2.205 não conta com carteira assinada, 11.649 trabalham por conta própria.

Os “compositores, músicos e cantores”; 339 são empregados com carteira assinada; 1.815 são funcionários públicos; 2.345 não contam com carteira assinada; e 5.762 trabalham por conta própria.

Esta pequena ilustração nos mostra que em algumas profissões mapeadas pela PNAD, o número de agentes que estão trabalhando por

conta própria ou sem carteira assinada supera em muito os que são empregadores ou protegidos pelas leis trabalhistas.

Esta brevíssima apresentação ilustra que as condições de produção da cultura podem estar envoltas em formas não protetivas do trabalho, muito pouco percebidas quando a economia da cultura é encarada exclusivamente pelo impacto comercial e financeiro de suas atividades. Quando as falas públicas sobre as rotinas materiais da cultura não consideram as formas sazonais de apropriação individual da renda, as dificuldades em arcar com os custos de profissionalização e com as possíveis intempéries à saúde física, podemos nessa reprodução renovar repertórios de naturalização ou escamoteamento de um mundo de frustrações e desconexões para seus trabalhadores e trabalhadoras.

Nesse sentido, cabe afirmar que o lugar ocupado pela economia simbólica na reprodução societária contemporânea está atravessada por alguns fatores sociais gerais interdependentes: a) as morfologias internas de cada subcampo produtivo fazem interagir inserções laborais, formas de contratação e posições agenciais muito complexas; neste caso, a topologia destes campos deve ser encarada enxergando formas de empregabilidade, empregos formais, informais e sazonais, no âmbito de uma sociedade pós-salarial; b) os diferentes atores nas diferentes linguagens e expressões se relacionam e sofrem as consequências de suas relações com o mundo do trabalho de maneira singular e esta condição última afeta diretamente as estratégias de organização dos trabalhadores por melhores condições laborais.

Notas sobre as formas de engajamento dos trabalhadores no campo da cultura: os sindicatos e associações produzem mediação laboral?

Procurando dar sequência ao que é o objeto deste capítulo, faz-se um esforço de reunir um conjunto de notas acerca das múltiplas formas de associação dos trabalhadores e trabalhadoras do campo cultural. Neste

índice, procura-se focar nas representações mais clássicas, notadamente os sindicatos e associações.

A forma associativa mais comum de organização e defesa de interesses coletivos dos trabalhadores tem ampla representação no campo da cultura. A despeito da pouca atenção conferida pela academia ao modo de organização trabalhista na cultura e nas artes, estas experiências tiveram início logo nas primeiras décadas do século passado,⁶ estando no Rio de Janeiro seu nascedouro. (ESTEVEES, 1996)

Curioso notar que estes modelos sindicais refletem um período prévio ao pacto instituído da forma moderna do liberalismo tipicamente brasileiro. (VIANNA, 1976) Portanto, floresce num momento em que as ideias do sindicalismo anarquista, socialista, cooperativista e trabalhista disputavam a hegemonia da organização do trabalho na capital federal. (FAUSTO, 1977), muito anteriores ao sindicalismo único da Constituição de 1937.

Novas experiências associativas e sindicais foram se acumulando durante as décadas subsequentes, ampliando igualmente o escopo de representações regionais para além da cidade do Rio de Janeiro e demonstrando altíssima pluralidade de corporações de ofício.⁷ É perceptível que as áreas da música, artes cênicas, artes visuais (plásticas e artesanato), audiovisual, museologia, editoração, gestão cultural, entre outras, contam com este tipo de representação.

Igualmente percebido que os vários sindicatos e associações mapeados ilustram a alta complexidade da esfera produtiva da cultura, onde estão combinadas diversas formas de inserção laboral. Os trabalhadores e trabalhadoras estão representados na formalização empregatícia, na condição de autônomos, no autoempresariamento, e mesmo nas formas descritas como de empregabilidade (“disponíveis” à sazonalidade no padrão renda-salário, comuns no setor terciário). Essa complexa combinação expõe que estas organizações de ofício conectam trabalhadores que experimentam relações laborais muito diferentes entre si.

Essas corporações de ofício reúnem agendas que reproduzem este padrão. Quanto ao modo de atuação, as organizações sindicais e associativas encontradas procuram oferecer um conjunto bastante amplo de serviços e benefícios, cada qual ajustado às especificidades de sua atividade. São hoje comuns os auxílios em assessorias jurídicas (incluindo recolhimento de direitos autorais) e consultorias técnicas na área trabalhista; os convênios nas áreas de educação, lazer e saúde; amortização de materiais de consumo específicos à criação artística. Algumas associações procuram promover ações que confirmam visibilidade profissional – aparentemente, em muitos casos, a luta pela dignidade laboral é pelo reconhecimento social da atividade; outras organizam meios menos “usuais” ao histórico de lutas sindicais, como assessorias para investimentos e ações de competitividade.

Além disso, muitas destas experiências vêm sinalizando construir convenções coletivas de trabalho, definidas na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), onde ficam pactuados as condições de trabalho entre empregadores e empregados nos limites de pressão aos direitos individuais trabalhistas no capitalismo flexível. Desta maneira, registra-se que os sindicatos investigados que atuam com este fim,⁸ procuram intermediar a regulação de/da: a) pisos de salário, índices de reajuste anuais; b) gratificação por tempo de serviço, definição do pagamento de horas extras, tipos de auxílio (refeição, funeral, creche, entre outros; c) integração da mão de obra jovem ao trabalho; d) gratificações de aposentadoria; e) transferência provisória às gestantes, complementação de licença maternidade, estabilidade para a paternidade; f) garantias para a segurança e saúde aos trabalhadores e trabalhadoras; entre outras.

Ainda que os estudos sobre economia da cultura e políticas culturais não tenham disponibilizado lugar central ao trabalho e à sua organização, os sindicatos da área parecem atuantes na produção de regulações na esfera de mediação do mundo do trabalho. Entretanto, como pouco se tem refletido sobre sua atuação, não se pode afirmar que estes construam perspectivas de unicidade sindical entre os trabalhadores

da cultura. Assim, o grau de atuação sindical e associativo encontrado pode parecer limitado aos instrumentos básicos de acordo com múltiplos agentes do mercado, podendo incidir inclusive na flexibilização de certos direitos trabalhistas.

Este é apenas um apontamento inicial, mas na ausência de estudos mais detidos sobre as condições do trabalho no campo da cultura e sobre as formas de organização e pautas dos trabalhadores, seria adequado interpelar se estão estas corporações promovendo lutas por produções legislativas de amparo e segurança aos trabalhadores e trabalhadoras. Algumas experiências internacionais estão construídas neste sentido, como os intermitentes de espetáculo na França⁹ e Espanha, as tratativas de legislação britânicas pelo sindicato *Equity*, e as lutas dos trabalhadores em Portugal por uma legislação protetiva às constantes interrupções de suas atividades. Esta ação identificaria o grau de universalização das condições protetivas laborais em que não se faz recuo aos direitos trabalhistas, reduzindo assim os perigos das negociações de empregados colocados em posições muito desiguais em relação aos empregadores.

Propõe-se então avançar no debate sobre as relações de precarização laboral e as possíveis inflexões sobre a organização e a luta política de trabalhadores e trabalhadoras do campo cultural. Procuo apresentar de forma breve um aporte literário que identifica certos riscos de travamento dos sentidos de cooperação a partir da diluição ou corrosão dos sistemas de solidariedade social no pós-fordismo.

Parte dessa contribuição compõe o sentido de precarização das condições de trabalho – exterioridade de capitais sociais e relações de produção – em uma centralidade das agências sociais e políticas – intimidade, subjetividade e constituições da saúde psíquica. Estas perspectivas buscam acionar certos trucamentos intersubjetivos conformados por limitações dos pactos de segurança social, em modos de organização do mundo do trabalho que se reproduzem tendo a concorrência, a competitividade individual e a instabilidade como os meios de inserção laboral.

O debate do precariado tem relação com o campo cultural? A precariedade ativa formas de organização?

Já no vácuo de uma sociedade e um Estado-providência, Guy Standing procura dar materialidade a uma nova estrutura de classes e a um novo agente coletivo extremamente complexo, por ele nomeado de precariado. Segundo Standing (2015, p. 26), o termo foi empregado pela primeira vez por sociólogos franceses na década de 1980, “[...] para descrever trabalhadores temporários ou sazonais”, mas ganharia outro sentido na morfologia atual das relações sociais.

A definição do precariado estaria condicionada a um tipo de desprovemento de sete formas de garantias relacionadas ao trabalho, perspectivada numa política geral de apoio ao trabalho. Para o autor, nem todos os indivíduos inseridos no precariado valorizam esta composição de garantias, mas apresentam baixa capacidade em todas elas. Mostram-se definidas como:

Garantia de mercado de trabalho - Oportunidades adequadas de renda-salário; no nível macro, isto é realçado por um compromisso governamental de “pleno emprego”.

Garantia de vínculo empregatício - Proteção contra a dispensa arbitrária, regulamentação sobre contrato e demissão, imposição de custos aos empregadores por não aderirem às regras e assim por diante.

Segurança no emprego - Capacidade e oportunidade para manter um nicho no emprego, além de barreiras para a diluição de habilidade, e oportunidade de mobilidade ‘ascendente’ em termos de status e renda.

Segurança do trabalho - Proteção contra acidentes e doenças no trabalho através, por exemplo, de normas de segurança e saúde, limites de tempo de trabalho, horas insociáveis, bem como compensação de contratemplos.

Garantia de reprodução de habilidade - Oportunidade de adquirir habilidades, através de estágios, treinamento de trabalho, e assim por diante, bem como oportunidade de fazer uso dos conhecimentos.

Segurança de renda - Garantia de renda adequada e estável, protegida, por exemplo, por meio de mecanismos de salário mínimo, indexação dos salários, previdência social abrangente, tributação progressiva para reduzir a desigualdade e para complementar as baixas rendas.

Garantia de representação- Possuir uma voz coletiva no mercado de trabalho por meio, por exemplo, de sindicatos independentes, com o direito de greve. (STANDING, 2015, p. 28)

Ainda que o autor reitere que os critérios de definição sociológica da noção de classe social não se estabeleçam apenas pela renda produzida ou recebida, Standing propõe que uma das definições objetivas dos sujeitos precariados se conforma a partir de uma renda precária e um padrão de renda *sui generis*. Lançando mão da ideia de renda social, o autor sugere que parte do truncamento de *status* destes atores sociais tem intimidade com o travamento da complexidade da formação da renda social:

[...] a composição de renda social pode ser dividida em seis elementos. O primeiro é a autoprodução, os alimentos, os bens e serviços produzidos diretamente, se consumidos, trocados ou vendidos, incluindo o que se pode plantar numa horta ou terreno doméstico. Em segundo lugar, há o salário nominal ou a renda em dinheiro recebido do trabalho. Em terceiro, há o valor do apoio fornecido pela família ou pela comunidade local, muitas vezes por meio de créditos de seguro informais mútuos. Em quarto, há benefícios corporativos que são oferecidos a muitos grupos de empregados. Em quinto, há os benefícios estatais, incluindo benefícios de seguro social, assistência social, transferências discricionárias, subsídios pagos diretamente ou através dos empregadores, e serviços sociais subsidiados. Por fim, há os benefícios privados derivados de economias e investimentos. (STANDING, 2015, p. 29-30)

Standing (2014) adverte que esta composição pouco virtuosa da renda social *precariada* tende a concentrar sua remuneração nos salários nominais. Mas o autor recorda que o quinhão dos rendimentos

nacionais que correspondem ao salário vem caído drasticamente, com pouca perspectiva de crescimento. Num processo global com tendência de transferência dos salários para benefícios, com economias dos países capitalistas avançados cada vez mais rentistas, o precariado sofreria ainda mais com o estágio de transformação dos pagamentos fixos para pagamentos flexíveis, altamente sujeitos a flutuações.

Nas ocupações de nível terciário, o emprego vem tendendo a ser cada vez mais reproduzido na forma de projetos, perdendo sua continuidade e onerando a produção de salários nominais. Para a maioria dos trabalhadores na condição precariada, os salários deixariam “[...] de proporcionar um padrão de vida digno”. (STANDING, 2014, p. 14) Para alguns sujeitos posicionados nos subcampos culturais, a sazonalidade da composição individual da renda e a inserção laboral “por projeto” é quase uma condição imanente.

O volume disponível de agentes sociais que se aproximaria da formação desta nova classe social representaria, para Standing (2014), algo em torno de 20% da força de trabalho mundial e que seria impelido no cômputo das transformações do ciclo pós-fordista da produção capitalista – e no limite da retirada de direitos sociais – a um tipo de “trabalho e a uma vida de instabilidade”. (STANDING, 2014, p. 13) O trabalho desempenhado por este grupo apresentaria alta fragilidade, estando associado à “casualização, à informalização, às agências de emprego, ao regime de tempo parcial, ao falso autoemprego”. (STANDING, 2014, p. 12)

Para o autor, este seria ainda um ator coletivo ainda em formação, disperso, fragmentado, mas certamente disponível – por necessidade ou desejo – à conduta flexível. Para alguns existiria nesta forma atípica de exclusão das relações de trabalho uma possibilidade de maximização de seus interesses individuais e um “sentimento de liberdade” em relação a um trabalhismo aparentemente anacrônico. Mas ao assumir os riscos das formas inseguras de trabalho e da organização do mundo do trabalho, muitas outras identidades laborais estariam travadas para a construção de uma carreira sólida e prospectiva. Nesse ambiente de insegurança

reproduzido pela flexibilização, os sentidos de cooperação, ajuda mútua e crença nos sistemas de solidariedade estariam enfrentando séria crise para a organização coletiva dos trabalhadores e trabalhadoras.

Se os empregos flexíveis disponíveis pouco envolvem a construção de relações de confiança, estas identidades laborais truncadas não permitem a experiência de sentimentos de lealdade ou dos compromissos e percepções de alteridade que envolviam por proximidade as formas operárias do fordismo. Os laços intergeracionais já desequilibrados podem conter ainda mais frustrações, quando a juventude não demonstra interesse em reproduzir a forma de trabalho e de jornada dos vínculos empregatícios não flexíveis, de longa duração ou “monótonos” – típica de seus parentes mais velhos.

De igual forma, esta mesma juventude – parte expressiva da força de trabalho do campo cultural – pode não encontrar suporte em suas relações interpessoais parentais, possivelmente ignorantes quanto aos seus interesses e à tipicidade de um mercado de trabalho que positiva a flexibilidade. Os sentimentos de frustração e insegurança do precariado podem tomar outro vulto quando as gerações comparam entre si as posições que ocupam no mundo do trabalho. No caso do mundo da arte e da cultura, mesmo na rotina de geração de riqueza que alcança alguma importância comercial nos PIB nacionais, o modo de inserção deste corpo laboral pode parecer pouco funcional à forma típica memorial das gerações mais antigas. É essencial, portanto, que o diagnóstico do impacto financeiro das atividades expressivas venha interrogar o papel que os jovens desempenham no mercado de trabalho, de maneira que sua inserção inclua sua autonomia material e a independência das redes parentais.

Esta forma de insegurança, razoavelmente naturalizada inclusive em certas literaturas da área cultural, pode expor às agências do precariado uma crença de que qualquer sinal de ascensão social dependerá situacionalmente da sua capacidade de envolvimento nos empregos e estágios disponíveis. Jornadas exaustivas, horas extras não computadas,

custos adicionais ao trabalho de responsabilidade do contratado, ambientes desconfortáveis, tarefas sem sentido; todas estas “qualidades” podem ser reunidas em uma autoexploração precária com expectativa de se ter algum tipo de mobilidade social. (STANDING, 2015, p. 98) A depender de onde se está posicionado no mercado cultural é viável que se aceite alguns trabalhos disponíveis – por vezes vários ao mesmo tempo – na expectativa de conseguir recursos e experiências para colocar em prática projetos próprios.

Num mundo em que mais trabalho e tarefa são feitos fora do local de trabalho conceitual e são comuns na forma de inserção laboral por projetos do setor de serviços (STANDING, 2015, p. 182), a rotatividade de locais e jornadas de trabalho pode implicar em barreiras ao controle do próprio processo de trabalho.

Em alguma medida, podemos enxergar a mudança da forma compartimentada de produção como um valor interessante, quando algumas formas disciplinares sobre o corpo puderem ser descontinuadas de forma explícita. Mas na perspectiva dos trabalhadores e trabalhadoras contratados por “temporada de projetos”, esta reterritorialização corpórea laboral também mostra seus limites.

Em geral, cabe a estes que cumpram à risca suas funções à despeito do ambiente de atuação, sem maiores intervenções ou projeções de desdobramentos em suas atividades. Ainda que pareça muito estimulante esta capacidade de deslocar-se “habilmente” de um trabalho a outro – e, por óbvio, de um ambiente a outro –, muitos trabalhadores encontrariam dificuldade em envolver-se diretamente nas produções em que o desenvolvimento de ideias é altamente dependente de tempo, obstruindo potenciais de criatividade e operando de maneira funcionalista nas relações com outras agências laborais.

Somado a isso, a juventude precariada assiste a um bombardeio de apelos de autoajuda que procuram lhes auxiliar a “vencer” num mundo de possibilidades da flexibilidade, sob o manto de literaturas que encarnam a naturalização dos impactos econômicos e as “janelas de oportunidade” individuais. O sentido deste aporte literário em pouco

contribui para a organização das demandas trabalhistas, em especial quando sinaliza aos casos de sucesso individuais sem recolher deles quais as suas reais posições sociais. Aparentes “fracassos” ou desconexões podem sugerir ao precariado que as dificuldades encontradas no mercado de trabalho são desdobramentos de sua “incapacidade individual” e não dos próprios efeitos da reprodução do trabalho flexível, refletindo em desdobramentos para sua saúde física e psíquica e ampliando o esgarçamento de relações sociais.

O receio de se perder o pouco que se tem – não apenas na incidência de rebaixamentos dos salários nominais, mas também nas redes que definem o repertório de capitais sociais disponíveis – depreende uma conduta docilizada na relação com os contratantes. Na dependência de uma vida laboral organizada em torno da captura incessante de participação em pequenos projetos por temporada, parece sábio se comportar com o profissionalismo aparentemente “adequado” para que não haja quaisquer avaliações que lhe coloquem aquém das expectativas dos contratantes, inclusive implicando na incorporação das gramáticas gerenciais como um recurso nas estressantes entrevistas de emprego ou nos perfis de redes sociais.

Este cálculo racional pode produzir uma relação com o emprego altamente instrumental, onde a perspectiva das satisfações com as atividades do trabalho não se coaduna com as disputas por recursos e ofertas escassos de trabalho. A disputa destes recursos e a alta competitividade entre os trabalhadores, por outro lado, conferiria à inserção laboral um truncamento ainda mais denso nas possibilidades de conexão intersubjetivas na sua relação com a proximidade das lutas sociais. A resposta à baixa perspectiva de ascensão seria o desengajamento ou a fricção de agendas coletivas, resumidas em lutas específicas não necessariamente comunais.

Ainda que o trabalho de Standing coloque um acento muito marcado nas condições de trabalho da Eurásia, sendo um subproduto da crise do modo de desenvolvimento fordista (BRAGA, 2012), algumas conexões com o campo cultural no Brasil podem ser produzidas. De início,

é preciso destacar que diante da incrível heterogeneidade morfológica do trabalho cultural, não tenhamos perdido muitas das formas de institucionalização de direitos sociais No Brasil, mas ao contrário, pouco as tenhamos conhecido.

Em um universo em que o desemprego ou empregabilidade são vistos como uma condição individual e a não garantia de vínculo empregatício desativa as garantias de vínculos de representação, o modo de integração de lutas dos sujeitos que interagem mais diretamente com a precariedade laboral mostra-se uma interrogação. Se a pouca capacidade de mobilidade e baixa prospecção de carreiras podem sugerir um certo desengajamento da vida política trabalhista, a luta deste perfil de agência laboral poderia ser traduzido na garantia da mínima existência.

Mas é possível que estar assistindo um caminho muito mais complexo, principalmente na organização da juventude que milita no campo cultural, em relação ao mundo do trabalho.

Outras formas de experimentar a representação coletiva? Notas sobre os coletivos

Desta feita, creio ser viável pensar que algumas experiências produtivas podem estar renovando o sentido do engajamento político no campo político-cultural. Um fenômeno recente parece emergir e expõe de forma razoavelmente explícita como a expressão da cultura aparece hoje na confusa relação entre a luta política “não-tradicional” e as possibilidades de inserção na organização do trabalho cultural no Brasil.

Reúne-se aqui, apenas de forma breve, alguns apontamentos que destacam a possibilidade de um novo ciclo de reunião de agendas de produtores que definem o campo da cultura como um lócus de significado identitário do trabalho. Estes agentes são especialmente jovens, urbanos, e constroem sua interlocução com mundo político de forma por vezes heterogênea; fazendo uso dos espaços de participação institucionais e das gramáticas oficiais quando viáveis ao seu cálculo racional

mas também construindo conexões a partir de formas “não-oficiais” de engajamento.

Bastante salutar perceber que estas experiências estão sendo mapeadas e interpretadas majoritariamente por jovens pesquisadores, muitos deles diretamente vinculados a estas formas novas de experiência do trabalho cultural. (ALMEIDA, 2009; BARON, 2016; D’ANDREA, 2013; DAMIÃO, 2014; SENA, 2013) Estas pesquisas têm alguns sinais de fronteira bastante marcados, identificando na década de 1990 um aumento exponencial da organização dos sujeitos até então pouco reconhecidos pelas políticas culturais produzidas pelo Estado. Igualmente identificam que este período renova as formas de participação juvenil nas políticas públicas.

Por conta de sua heterogeneidade não é simples definir este movimento, mas de forma sintética quer-se ilustrar que são agentes conectados por espacialidades e interesses próximos. Mostram constantemente uma “personalidade produtiva singular”, e definem-se como os “fazedores”, os que produzem “na correria”. Comungando suas próprias gramáticas na organização do trabalho, tomaram para si a própria definição de coletivos. (TOMMASI, 2013)

Estes atores parecem produzir-se na crise representativa do mundo político até então conhecido. Algumas pesquisas fazem referência a um certo esgotamento das linguagens características da luta institucionalizada e reconhecem nestas expressões uma animação para o engajamento. (D’ANDREA, 2013) Outros acenam com as dinâmicas descentralizadas do processo decisório como uma das condições de organicidade destas experiências coletivas, distanciando-se do pragmatismo das lideranças. A tendência à horizontalização das relações políticas internas e à negação ao burocratismo é uma constante. (SENA, 2013)

Muitos destes atores conhecem de forma mais densa as contradições da segregação espacial, as dificuldades dos acessos aos bens raros consagrados na cultura instituída (bibliotecas, centros e casas de cultura, salas de cinema, museus) e se veem interagindo com a heterogeneidade

do Estado. Tanto os nichos que procuram estabelecer princípios normativos de positivação da diversidade cultural (notadamente as secretarias e Ministérios da Cultura e Direitos Humanos) como aqueles que por “norma” derivada a controlam ou a retém (as políticas de segurança pública, a de ordem pública, e os agrupamentos policiais em sua “ponta”).

É possível identificar igualmente fronteiras com outros movimentos populares com outra anterioridade histórica, produzindo nestas experiências as conexões com o mundo urbano (na sua forma mais explícita está a reinterpretção das ocupações urbanas). O que se quer ressaltar é que estes atores experienciam relações com as instituições e organizações de ação do mundo político de forma muito específica, e isto pode definir suas inclinações na luta laboral.

Sua luta por representação pode ser vista como uma síntese da própria identidade coletiva espacializada. Aos requerimentos da existência material na negação do mundo do trabalho, o território é um vínculo constantemente referido. Revelam, na ordem política, uma outra historicidade espacial e laboral, produzindo suas próprias cartografias e mapas da cultura “não-oficial”, novas rotas e circuitos. (BARON, 2016; DAMIÃO, 2014)

De alguma forma, sinaliza-se que a outrora “inadequação” destes sujeitos aos meios financeiros de produção da cultura pressionou um novo ciclo de investimentos em ações ligados a formas e movimentos populares. No microcosmo das políticas públicas de cultura e de alguns meios de investimento privado em marketing social, a organização destes grupos não passou “despercebida”. Hoje são muitos os programas privados que procuram premiar iniciativas populares e outros tantos editais dedicados a este tipo de produção, nas mais variadas escalas espaciais e orientados pelos mais variados atores institucionais a elas relativas. (BARON, 2016; D’ANDREA, 2013)

De tal forma que muitos entendem este novo padrão de disposição dos fundos públicos como uma possibilidade de sobrevivência material, impulsionando a organização pela oportunidade aberta nestes editais.

Alguns jovens enxergam a produção da cultura como “uma forma de obterem renda em contraposição às explorações ocorridas no mundo do trabalho” (D’ANDREA, 2013, p. 185) e veem-se podendo afirmar-se objetivamente em um mundo onde o emprego formal já não parece uma garantia real ou mesmo um desejo. Neste sentido, a atuação na informalidade contém igualmente suas barreiras, de forma específica quando precisam relacionar-se com a dimensão burocrática e a versão formal de uma razão estatal inapta em assisti-los nas suas demandas particulares. (BARON, 2016)

Muitos destes atores buscam aperfeiçoar formas de gerenciamento das atividades, dominam e conseguem transmitir no limite de suas necessidades as técnicas de aplicação. (SENA, 2013) Produzem suas “gambiarras” e reconectam-se aos outros coletivos de apoio, de forma a não se verem retidos a uma condição solitária da precariedade. Outros tantos renovam o repertório da economia de suas proximidades, apoiados em práticas ligados à criação de moedas solidárias e às ações da economia solidária com outros agentes produtivos locais.

Na sazonalidade de ofertas de projetos, dificuldades e atrasos dos repasses de editais e pagamentos flexíveis estes agentes compõem sua vida laboral de maneira muito complexa. Diferentes papéis vão sendo operados na composição de suas redes coletivas. Muitas vezes assume-se o papel de gestão, por outras a liderança de oficinas, em outras pode-se aceitar quaisquer atividades que os remunerem. Ao passo em que as redes coletivas se reproduzem, os períodos que caracterizam o tempo de criação podem estar desajustados às formas de sobrevivência material. A remuneração por projetos ou editais no campo cultural pode tecer o registro do travamento da renda social, em especial aos atores que dispõem de um volume baixo de capitais sociais e econômicos.

Igualmente importante lembrar-se que estes atores disputam recursos extremamente escassos. Embora não seja recorrente esta citação, os riscos da competição por estes insumos podem pressionar para baixo os valores de remuneração – ampliando radicalmente a precarização

das agências produtivas – ou condenando estes atores a certos “ajustes” para atender os interesses e percepções objetivas de seus financiadores.

Estes novos engajamentos podem estar sendo desafiados pela organização do mundo do trabalho nas suas implicações objetivas e também subjetivas. Este enquadramento muito especial das relações entre a agência, as expressões culturais e a produção imaterial podem dialogar de forma muito sutil com a disseminação de um ideário empreendedorista na produção econômica.

Deslocando o foco da empresa para outros âmbitos, inclusive na atomização máxima do indivíduo, grande parte desse ideário procura ilustrar uma ênfase de oportunidades reais de produção de valor e renda nas linguagens artísticas e expressões culturais, sendo a incorporação subjetiva de um mundo gerencial seu meio de interação com a esfera do trabalho e sua forma de consolidar um “estado possível” de permanência – empregabilidade – dos agentes sociais no mercado.

Este cadinho diversificado de engajamentos políticos-laborais se faz de forma extremamente conflituosa. Estes atores do campo cultural parecem estar produzindo suas vidas entre a forma refratária com a qual o mundo do trabalho contemporâneo repele as agências que procuram as seguranças e garantias protetivas típicas do modelo de bem-estar, ao mesmo passo em que são altamente valorizados por sua potência de descoberta e experimentação da autonomia. Se procurarmos lembrar as demandas do modelo sindical da área cultural e as compararmos com a breve descrição das ações dos coletivos, é possível que nos perguntemos se habitam o mesmo mundo e quais as razões para tamanha assincronia.

Neste sentido, é possível que estejamos assistindo no campo cultural à mecanismos de realização institucionais e sociais da ambiguidade da vida precarizada. Ao mesmo passo em que estes atores podem ver-se libertos de muitos dos constrangimentos da organização rotineira do mundo do trabalho, também estarão disponíveis às adversidades do autoempresariamento. Para a periferia da produção de valor e renda – o que é necessário afirmar tratar-se da economia da cultura no Brasil – da

periferia da produção capitalista, o autoemprego como única alternativa de produção individual da renda pode mostrar-se um imenso risco.

Qual o limite das lutas na organização das políticas culturais no estado brasileiro? É possível pensar em uma agenda comum de luta?

No caso das políticas culturais consolidadas na razão de Estado, a agenda tomada central a partir de 2003 foi canalizada numa sistematização gerencial que pretendia unir alguns eixos-síntese: os padrões da cidadania e da esfera simbólica ligados ao reconhecimento político, e a ênfase produtiva da cultura. Esta sistematização procurou ativar a perspectiva de um modelo dialógico de produção política entre forças sociais conflitantes, contraindo para dentro do Estado o lócus de arbitragem.

Se há uma exposição de fraqueza das formas mais organizacionais do processo político-cultural operado na razão de Estado no Brasil – de certo forma, demiurgo das relações na concretização dos modelos de operação institucionais, conclamados nos planos nacional, estaduais e municipais de cultura e no processo de discussão, construção normativa e tentativa operacional do Sistema Nacional de Cultura – foi a baixa atenção dada ao direito ao trabalho digno no campo cultural.¹⁰

Necessário destacar que estão estabelecidas no Plano Nacional de Cultura algumas poucas bases de ações para redução da informalidade no mercado de trabalho.¹¹ Seria inviável neste momento produzir uma arqueologia metodológica que desvendasse as fontes destas demandas, mas é digno de nota que o plano decenal faça menção às adequações para as legislações trabalhistas, à estímulos aos reconhecimentos de profissões e à organização de formas associativas dos trabalhadores e trabalhadoras (ainda que este último exponha limites à autonomia trabalhista). Quanto às ações referentes à materialização destas estratégias, não foi encontrado nenhum exemplo concreto.

Faz-se ver que neste âmbito o processo de renovação dos sentidos de participação e condução coletiva organizada reproduz os limites estatais. Não se trata, portanto, de alinhar os sentidos das frações de classe no campo cultural à interpretação no interior das lutas entre capital e trabalho, mas de prospectar que os limites da organização dos trabalhadores aparecem publicamente como o destino dado e conferido à propriedade da gestão da cultura e à razão distributiva dos fundos públicos.

De certa forma, parte dos limites da luta dos trabalhadores está verticalizada na ampliação de recursos públicos disponíveis – o que demonstra um tom grave de precarização da atividade, em que a demanda trabalhista sequer reivindica melhores condições de gestão da renda social, mas “apenas” insumos financeiros que podem significar a materialidade da existência enquanto trabalhadores –, e pode acabar por centralizar o lócus estatal como sua finalidade. Por certo esta espiral de luta, contraída na “existência” de um lugar adequado no Estado para os cuidados do insumo com atividades culturais, é muito pouco criativa à prospecção das relações materiais para a diversidade cultural.

Parte desse limite é também reproduzido pela literatura recente das políticas culturais. Aparentemente, acostumamo-nos a “denunciar” um certo padrão neoliberal nas rotinas expostas pelas leis de renúncia fiscal. Seria aparentemente viável remediar a condição neoliberal renovando o repertório do uso do fundo público. Mas mesmo no Projeto de Lei encaminhado pelo Ministério da Cultura, cuja proposta é a substituição da Lei nº 8.313 (BRASIL, 1991) e criação do Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura (BRASIL, 2010b), o travamento da centralidade do trabalho é razoavelmente explícito.

Ainda que procure um outro percurso de disponibilização regional dos fundos nacionais, o padrão capital público/lucro empresarial permanece como uma opção central. Seria mais viável, do ponto de vista do trabalho, que se compusesse um padrão legislativo que distribuisse os rendimentos de capital, conexo às mudanças em torno dos recursos incentivados.

O que se quer ressaltar é que nesta proposta ainda não existe nenhuma menção à valores de repartição do lucro das empresas participantes para a disponibilização em fundos de compensação de sazonalidades de renda-salário dos trabalhadores. Nesse caso em questão, o processo é ainda mais previsível às inserções laborais “por projeto”. Os que conduzem sua insegurança de renda pela sazonalidade ocupacional estão mais disponíveis às flutuações de mercado e do modelo decisório de empresas na alocação dos recursos à produção. Desta forma, a relação capital-trabalho no campo cultural, quando centralizado na disposição dos fundos públicos, pode continuar beneficiando a extração de lucros imateriais de grandes empresas, mantendo travadas as composições de rendas sociais que possibilitariam perspectivas de autonomia material dos trabalhadores e trabalhadoras.

É necessário pontuar que as legislações protetivas ao trabalho cultural poderiam incluir também apoios específicos contra os riscos à saúde física (em especial às artes do corpo), e dispor de licenças em razão de acidente na atividade bem como de formas especiais de proteção pública nos casos de aposentadoria relacionados aos limites da fadiga corporal. Quando falamos de trabalhadores autônomos, informais ou dedicados ao autoempresariamento estas condições parecem ainda mais urgentes.

Caso não façamos uma recondução imaginativa deste cenário de projeções podemos estar fazendo parecer esgotado, sem nunca ter sido devidamente posto, o lugar do trabalho nas políticas culturais. De forma ainda mais grave aos trabalhadores e trabalhadoras quando se avizinha mudanças profundas nas legislações previdenciárias e trabalhistas para o ano de 2017.

Nesse sentido, pode-se ver que as agendas de luta e organização das corporações de ofício e dos trabalhadores que sofrem as condições de precarização de forma mais radical são de fato muito diversas, mas podem conter pontos em comum. É possível que esta reunião de pautas, acúmulo de experiências, de organização, derrotas, vitórias e cálculos de possibilidades de luta tenha nos estudos das políticas culturais e da economia da cultura um cenário fértil para sua sistematização.

Notas

- 1 O presente capítulo é um dos resultados parciais da pesquisa “A articulação entre políticas urbanas e políticas culturais: o empreendedorismo urbano e o patrimônio cultural na zona portuária do Rio de Janeiro”, contemplada no Programa Jovem Cientista do Nosso Estado. Dedico este aos alunos e alunas do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense (UFF), que têm me ajudado sistematicamente a enxergar as potencialidades do mundo. Estendo os agradecimentos ao discente Matheus Saudino, pelo auxílio com os dados dos sindicatos e associações do campo cultural, e ao docente Marcelo Ribeiro do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional/Universidade Federal do Rio de Janeiro. (IPPUR/UFRJ), pelo auxílio com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).
- 2 Os autores identificaram os seguintes setores culturais na RAIS do ano de 2001: 1- Edição de livro e leitura; 2- Fonográfica; 3- Publicidade; 4- Atividades fotográficas; 5- Atividades de cinema e vídeo; 6- Atividades de rádio e televisão; 7- Teatro, música e espetáculos; 8- Conservação do patrimônio; 9- Entretenimento e outras atividades ligadas à cultura.
- 3 Áreas mapeadas no estudo da PNAD: 1- Edição, livro e leitura; 2- Comunicações; 3- Sistemas restritos de informação; 4- Arquitetura; 5- Publicidade; 6- Rádio e Televisão; 7- Atividades artísticas e de espetáculos; 8- Conservação do patrimônio; 9- Atividades desportivas e outras relacionadas ao lazer; 10- Audiovisual.
- 4 Para mais, ver Oliveira (2013).
- 5 O artigo computa ainda uma questão de desavença metodológica entre as produções de dados. Segundo a autora, os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) um certo aumento do número de empregos formais na dança e certa retração na área da música, sendo em 2004 registrados como emprego formal 2.103 profissionais da dança e 4.066 profissionais da música.
- 6 Algumas delas - especialmente o Centro Musical do Rio de Janeiro, fundada em 1907, e a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais, fundada em 1917 - estão diretamente ligadas ao centro decisório da República Velha após a promulgação do Decreto nº 1.637 de janeiro de 1907 (BRASIL, 1907). Segundo pesquisa de Eulícia Esteves (1996), o acento trabalhista que direcionava o Centro Musical do Rio de Janeiro acenava para a organização da corporação de ofício em uma tentativa de regulação do mercado de trabalho e dos valores mínimos de remuneração. Demonstrava se tratar de um campo laboral muito pouco maduro quanto às possibilidades de sobrevivência material de seus trabalhadores. Faz menção, inclusive, da tentativa de organização de “um fundo de reserva para o exercício de beneficências (médico, medicamentos, hospital, pensão por invalidez e auxílio-funeral)” (ESTEVES, 1996, p. 16), formas de adiantamento monetário aos sócios e de promoção de espetáculos; contraindo funções pecuniárias, empresariais e de previdência.
- 7 Foi possível mapear um conjunto amplo de representação de corporações de ofício ligadas diretamente ao trabalho cultural. Destaca-se: Associação de Artesãos e Microempreendedores do Estado do Rio de Janeiro - Artes do Rio (ASSOC ARTESÃOS RJ); Associação dos Produtores Culturais do Rio de Grande do Sul (APCERGS); Federação Nacional de Cultura (FENAC); Sindicato da Indústria Audiovisual (SICAV); Sindicato das Empresas de Artes Fotográficas no Estado de São Paulo (SEAFESP); Sindicato das Entidades Culturais,

Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional no Estado do Rio de Janeiro (SECRASO - RJ); Sindicato dos Artesãos do Estado de São Paulo (SINDIARTES); Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do Estado do Rio de Janeiro (SATED/RJ); Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do Paraná (SATED/PR); Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões no Estado de São Paulo (SATED/SP); Sindicato dos Bibliotecários no Estado de São Paulo (SINBIESP); Sindicato dos Empregados em Editoras de Livros (SEEL); Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional do Estado da Bahia (SENALBA/BA); Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional no Estado de São Paulo (SENALBA/SP); Sindicato dos Trabalhadores em Entidades Culturais e Recreativas do Estado de Minas Gerais (SINDEC/MG); Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (STIC); Sindicato Interestadual dos Trabalhadores, Empregados, Autônomos, Avulsos, Temporários em Feiras, Congressos e Eventos em geral e em atividades afins de Organização, Montagem e Promoção nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro (SINDIEVENTOS); Sindicato Nacional dos Artistas Plásticos de São Paulo (SINAP-ESP); Sindicato Nacional dos Produtores de Eventos Musicais (SINAPREM); Sociedade Brasileira de Autores (SBAT); entre outras.

- 8 Confederação Nacional dos Trabalhadores em Estabelecimentos de Educação e Cultura (CNTEEC) Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Difusão Cultural e Artística nos Estados de Minas Gerais e Bahia; Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Difusão Cultural e Artística nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Pernambuco, Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte; Sindicato das Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional no Estado de São Paulo (SINDELIVRE); Sindicato dos Empregados em Editoras de Livros (SEEL); Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional do Estado de São Paulo (SENALBA/SP); Sindicato dos Empregados em Empresas Editoras de Livros e Publicações Culturais do Município do Rio de Janeiro; Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL); entre outras.
- 9 Para mais, ver Corsani (2012).
- 10 Uma pequena ilustração a esse processo diz respeito ao regime de previdência complementar por caráter associativo dos fundos de pensão, o chamado *CulturaPrev* Administrado pela Fundação Petrobras de Seguridade Social (Petros), é destinado aos trabalhadores registrados em poucos sindicatos, cooperativas e associações. O caráter deste é essencialmente submetido ao regime privado do direito, podendo estar disposto rentabilidade financeira. Quando instados em regimes parciais ou intermitentes de renda-salário, os profissionais do campo da cultura terão imensas dificuldades em adesão. Esta foi a única ação dedicada à aposentadoria dos trabalhadores e trabalhadoras da cultura mapeada no período.
- 11 Refiro-me a alguns destaques do Capítulo IV do Plano Nacional de Cultura:
“4.2 Contribuir com as ações de formalização do mercado de trabalho, de modo a valorizar o trabalhador e fortalecer o ciclo econômico dos setores culturais.
4.2.1 Realizar, em parceria com os órgãos e poderes competentes, propostas de adequação da legislação trabalhista, visando à redução da informalidade do trabalho artístico, dos técnicos, produtores e demais agentes culturais, estimulando o reconhecimento das profissões e

o registro formal desses trabalhadores e ampliando o acesso aos benefícios sociais e previdenciários.

4.2.2 Difundir, entre os empregadores e contratantes dos setores público e privado, informações sobre os direitos e obrigações legais existentes nas relações formais de trabalho na cultura.

4.2.3 Estimular a organização formal dos setores culturais em sindicatos, associações, federações e outras entidades representativas, apoiando a estruturação de planos de previdência e de seguro patrimonial para os agentes envolvidos em atividades artísticas e culturais.

4.2.4 Estimular a adesão de artistas, autores, técnicos, produtores e demais trabalhadores da cultura a programas que ofereçam planos de previdência pública e complementar específicos para esse segmento". (BRASIL, 2010a)

Referências

ALMEIDA, A.; ALBERNAZ, M. B.; SIQUEIRA, M. (Org.). *Cultura pela palavra: coletânea de artigos, discursos e entrevistas dos ministros da Cultura 2003-2010*/Gilberto Gil & Juca Ferreira. Rio de Janeiro: Versal, 2013.

ALMEIDA, R. S. de. *Juventude e participação: novas formas de atuação juvenil na cidade de São Paulo*. 2009. 129 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

BAHIA, L. *Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012. (Rumos Pesquisa)

BARON, L. A territorialização das políticas públicas de cultura no Rio de Janeiro. *Revista Z Cultural*, Rio de Janeiro, maio, 2016. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/a-territorializacao-das-politicas-publicas-de-cultura-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

BRAGA, R. *A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

BRASIL. *Decreto nº 1.637, de 5 de janeiro de 1907*. Creasyn dicatos profissioaes e sociedades cooperativas. Poder Executivo, 1907. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1900-1909/decreto-1637-5-janeiro-1907-582195-publicacaooriginal-104950-pl.html>>. Acesso em: 20 fev. 2017.

- BRASIL. *Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991*. Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Poder Executivo, 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 20 fev. 2017.
- BRASIL. *Lei nº 12.343, de dezembro de 2010*. Plano Nacional de Cultura. Brasília. Poder Executivo, 2010a. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/Lei+12.343++PNC.pdf/e9882c97-f62a-4ode-bc74-8dc694fe777a>>. Acesso em: 20 fev. 2017.
- BRASIL. *Projeto de Lei nº 6.722, de janeiro de 2010*. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências. Poder Executivo, 2010b. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=465486>>. Acesso em: 20 fev. 2017.
- CORSANI, A. di. Dalla precarietà contrattuale alla precarizzazione esistenziale. L'esperienza dei lavoratori dello spettacolo in Francia. In: ARMANO, E.; MURGIA, A. (Org.). *Mappedel la precarietà*. Knowledge workers, creatività, saperi e dispositivi di soggettivazione. Bolonha: Casa editrice Emil di Odoja, 2012. v. 2.
- D'ANDREA, T. P. *A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo*. 295 f. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- DAMIÃO, P. L. *A ressignificação do espaço: produção e circulação de cultura contra-hegemônica nas periferias da cidade de São Paulo*. 187 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- ESTEVES, E. *Acordes e acordos: a história do sindicato dos músicos do RJ*. Rio de Janeiro: Multimais Editorial, 1996.
- FAUSTO, B. *Trabalho urbano e conflito social*. São Paulo: Difel, 1977.
- GARCIA CANCLINI, N. *Culturas híbridas*. 4. ed., São Paulo: Edusp, 2003.
- LEMONS, R. et al. *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

OLIVEIRA, J. M. de. Empreendedor individual: ampliação da base formal ou substituição do emprego?. *Radar: tecnologia, produção e comércio exterior*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Brasília, n. 25, abr. 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=17976>. Acesso em: 10 jan. 2017.

SEGNINI, L. R. P. Criação rima com precarização: análise do mercado de trabalho artístico no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA. 13., 2007, Recife. *Anais...* Recife, [s.n.], 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000165&pid=S0102-7182201000010001900028&lng=pt>. Acesso em: 10 jan. 2017.

SENA, E. A. *Políticas culturais, tecnologias de informação e democracia cultural. o programa VAI e a constituição da Agência Popular Solano Trindade*. 2013. 134 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SILVA, F. B. da. *Análise do mercado de trabalho cultural*. no prelo.

SILVA, F. B. da. *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2007. (Coleção Cadernos de Política Cultural, 3).

SILVA, F. B. da; ARAÚJO, H. O mercado formal de cultura: características e evolução. In: ÁLVARES, G. (Org.). *Indústrias culturais no Mercosul*. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003. p.291-342.

STANDING, G. O precariado e a luta de classes. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Lisboa, n. 103, p. 9-24, maio 2014. Disponível em <<https://rccs.revues.org/5521>>. Acesso em 22 de fev. 2017.

STANDING, G. *O precariado: a nova classe perigosa*. Traduzido por Cristina Antunes. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

TOMMASI, L. Culturas de periferia: entre o mercado, os dispositivos de gestão e o agir político. *Revista Política & Sociedade*, Florianópolis, v. 12, n. 23, jan./abr. 2013. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2013v12n23p11>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

UNESCO. *Creative economy: report 2010*. Nova York: UNESCO, 2010.

VIANNA, L. W. *Liberalismo e sindicato no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

A formação e a profissionalização do gestor cultural: emergências, políticas e desafios

*Leonardo Costa**

*Renata Rocha***

Demarcações iniciais

Conforme aponta Antonio Gramsci (1982), a formação tem adquirido progressiva relevância para o desenvolvimento das funções intelectuais, diante da complexificação das atividades práticas. Para este autor, embora todo e qualquer ser humano seja um intelectual – com sua visão e filosofia do mundo, relacionando causa e efeito –, nem todos desempenham funções intelectuais. Neste sentido, a atuação em uma área específica tem exigido uma formação também específica. Em contraponto a um ensino

* Doutor em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor da Faculdade de Comunicação da UFBA. Coordenador do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT) da UFBA.

** Doutora em Cultura e Sociedade pela UFBA. Professora da Faculdade de Comunicação da UFBA. Vice-Coordenadora do CULT-UFBA.

“humanista”, voltado para o aperfeiçoamento de uma cultura geral do indivíduo, enfatiza-se a instrução que visaria a um futuro profissional, no qual o destino do aluno e a sua futura atividade são pré-determinadas. Surgem, portanto, as diferenciações entre a escola clássica (que se destinava às classes dominantes e intelectuais), a escola profissional (que instrumentalizava os trabalhadores) e a escola técnica (profissional, mas não manual, para um novo tipo de intelectual urbano pensado a partir da expansão industrial), numa tendência a abolir qualquer tipo de educação “desinteressada”.

Para além da formação escolar, a atividade intelectual também cria seus “círculos próprios de cultura”, responsáveis pela atualização e aprofundamento do conhecimento na área, bem como por proporcionar a legitimação e reconhecimento intelectual. Ao analisar procedimentos em voga nas revistas literárias, no início do século XX, o autor assinala a “taylorização do trabalho intelectual”, por meio da criação de métodos e instrumentos específicos de trabalho voltados para proporcionar aos autodidatas a aquisição da disciplina dos estudos oportunizada por uma carreira escolar regular. (GRAMSCI, 1982)

No que diz respeito às artes e à cultura, e de modo análogo ao que ocorre na sociedade como um todo, há uma progressiva especialização e profissionalização dos agentes destas áreas e uma maior divisão social do trabalho. A organização social da cultura assume, então, “[...] uma gama extensa e complexa de muitos tipos de organização” (WILLIAMS, 1992, p. 212) e, para além do criador/artista que assume de modo amador a divulgação e/ou a venda de suas próprias obras, surgem profissionais dedicados especificamente à divulgação e à organização das atividades relativas ao percurso que separam as obras de seus públicos. Em que pese a relevância progressiva assumida por esses últimos no campo cultural contemporâneo, ainda são poucos os estudos que se dedicam a analisar a formação dos responsáveis pela organização da cultura – ou seja, profissionais atuantes na política, gestão ou produção culturais. (COSTA, 2011)

Para a elaboração deste capítulo, propomos esboçar de maneira breve o processo de conformação de um mercado de bens simbólicos no Brasil e o conseqüente surgimento de profissionais dedicados à organização do campo cultural. Após a efetivação desse mercado, a acentuada relevância que a formação tem adquirido para o desenvolvimento desta e de outras funções intelectuais, também será abordada. O texto ora proposto deverá se ater ao contexto brasileiro contemporâneo, discutindo as principais questões que demarcam os estudos sobre esse campo na atualidade e apresentando um panorama da formação no campo da gestão da cultura no Brasil.

A conformação do mercado de bens simbólicos no Brasil

No capítulo “O mercado de bens simbólicos” do livro *A economia das trocas simbólicas*, o cientista social Pierre Bourdieu (2011), estabelece uma correlação entre a história da vida intelectual e artística das sociedades europeias e o percurso das transformações e progressiva autonomização do campo intelectual e artístico, a partir da criação de uma categoria socialmente distinta ao particularizar a função do artista ou dos intelectuais profissionalizados, e de suas obras, por meio da

[a]firmação de uma legitimidade propriamente artística, ou seja, do direito dos artista legislarem com exclusividade em seu próprio campo – o campo da forma e do estilo –, ignorando as exigências externas de uma demanda social subordinada a interesses religiosos ou políticos. (BOURDIEU, 2011, p. 101)

Esse processo, substancialmente acelerado na Europa Ocidental após a Revolução Industrial, envolve, grosso modo, uma série de transformações: a constituição de um público de consumidores extenso e diversificado, capaz de propiciar, não apenas condições mínimas de independência aos criadores, mas uma instância de legitimação; a

constituição de um corpo numeroso e diferenciado de artistas e empresários cuja profissionalização implica o reconhecimento exclusivo de imperativos técnicos e normas específicas para o acesso à profissão e participação no campo; a multiplicação e diversificação das instâncias de consagração, a exemplo das academias e salões, e das instâncias de difusão, como editoras e direções artísticas de teatro; dentre outras. Cabe, porém, estabelecer uma diferenciação entre o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural, uma vez que o processo de autonomização do mercado de bens simbólicos deriva sua estrutura específica da oposição, relativamente marcada, entre estas instâncias.

Ao comparar o contexto cultural brasileiro no início do século XX com o quadro europeu, o cientista social Renato Ortiz (1988), no livro *A moderna tradição brasileira* indica que não há, no país, uma nítida diferenciação entre o campo da cultura erudita e o da indústria cultural. A fragilidade do capitalismo no período torna difícil a plena expressão do mercado de bens simbólicos, em especial devido à fraca divisão do trabalho intelectual, marcada pela confusão de fronteiras entre as diversas áreas intelectuais. Diante da incipiência deste mercado, num primeiro momento, as diferenças entre a indústria cultural e a cultura erudita se dissolvem.

O alto índice de analfabetismo no país, por exemplo, demonstra a impossibilidade de conformação de um público leitor e, portanto, de um mercado editorial (1890, 84%; 1920, 75% e 1940, 57%). (ORTIZ, 1988, p. 28) Diante da insuficiente institucionalização da esfera literária, a relação entre o escritor e seu público só é possível por meio do jornal, que se transforma em instância consagradora, e mesmo sinal de *status*, da obra literária. O mesmo vai ocorrer, nas décadas seguintes, entre o teatro e o cinema frente à televisão, a partir do desenvolvimento e o relativo sucesso do teleteatro à época.

Ainda segundo Ortiz (1988), é apenas com a consolidação de uma sociedade urbano-industrial e a modernização de diversos setores, na década de 1940, que começa a se desenvolver no país uma ainda

incipiente indústria cultural. As décadas de 1960 e 1970 são marcadas pela reorganização da economia brasileira inserida de forma cada vez mais efetiva no processo de internacionalização do capital e pela instauração tardia do capitalismo. O fortalecimento do mercado de bens materiais e do parque industrial ocorre em paralelo com o desenvolvimento e conformação, ainda que de modo diferenciado nos distintos setores, do mercado de bens simbólicos. A forte atuação do Estado no período é paradoxal: ao tempo em que censura, incentiva as atividades culturais enfatizando especialmente sua face empresarial.

O volume e a dimensão do mercado de bens culturais apresentam ascensão no setor livreiro e de revistas, na publicidade, no cinema, na indústria fonográfica e possuem como melhor expressão a indústria televisiva. Esta última se caracteriza pela introdução da racionalidade empresarial, com a crescente profissionalização, intensificando o movimento de divisão de tarefas e especialização da produção no período. Renato Ortiz (1988, p. 144) assevera que a “[...] implantação de uma indústria cultural modifica o padrão de relacionamento com a cultura, uma vez que definitivamente ela passa a ser concebida como um investimento comercial”. Este processo implica a reversão da relação de intercâmbio e cumplicidade entre a esfera restrita e ampliada da cultura, com a evidente circunscrição daquela a espaços bastante delimitados em detrimento desta. A indústria cultural passa a funcionar, portanto, como uma instituição disciplinadora que enrijece a cultura.

A partir da década de 1980, o momento de retomada da democracia política no Brasil contribuiu para o redesenho da estrutura institucional pública de cultura. Em 1982, as eleições diretas para governadores, com a vitória do partido de oposição ao regime militar em diversos estados, contribuíram para a criação de secretarias estaduais de cultura. Seis anos depois, um processo semelhante se dá no âmbito municipal, reforçado, ainda, pelo reconhecimento dos municípios brasileiros como entes federativos pela Constituição Federal (1988). No âmbito federal, é criado o Ministério da Cultura, no ano de 1985. A alocação de recursos

para o setor em ações culturais, por meio de ações diretas ou indiretas por parte da união, estados e municípios significa uma reordenação da lógica de funcionamento do setor, e influencia diretamente as atividades e iniciativas artístico-culturais, inclusive no setor privado.

Por outro lado, e paradoxalmente, esse processo é acompanhado, no âmbito das políticas públicas por uma tônica neoliberalizante. Na cultura, o período se caracteriza pela progressiva redução da atuação do Estado, mesmo quando este viabiliza financeiramente o desenvolvimento do campo. Um forte exemplo desse processo, em âmbito federal, é a primazia, em detrimento de outros mecanismos, da renúncia fiscal para a viabilização de projetos culturais, por meio das leis de incentivo – a Lei Sarney de 1986 e a Lei Rouanet, em 1991.

Singularidades brasileira na formação em organização da cultura

Já se passaram algumas décadas desde que o mercado de produção, circulação e consumo de bens simbólicos brasileiros adquiriu uma complexidade que exige uma maior especialização dos profissionais que nele atuam. No entanto, ainda nos dias de hoje, a formação autodidata exerce um importante papel no setor específico dos agentes da organização da cultura. Muitos ainda desempenham suas funções de forma amadora, o que implica em projetos mal formulados e mal executados, resultando numa baixa credibilidade do mercado da cultura. (FISCHER, 2002) Segundo Rômulo Avelar (2008, p. 21), “[...] várias foram as gerações de empreendedores culturais que se formaram intuitivamente, aprendendo com erros e acertos”.

Atualmente, é possível identificar pelo menos três formas de entrada no campo profissional da organização da cultura: há os sujeitos que aprenderam e refletiram sobre esse ofício no exercício prático cotidiano; os que já se encontravam em um mercado de trabalho estruturado e complexo, o que os levou a buscar uma formação mais sistemática e

específica; e aqueles que, mesmo sem experiências práticas anteriores, optaram por ingressar em cursos acadêmicos buscando uma formação específica na área.

Se ainda hoje, o valor da formação autodidata na área cultural é reconhecido como um importante instrumento de busca de conhecimentos, experiências e pesquisas (CUNHA, 2003), a prática como formação não se mostra capaz de suprir, de modo sistemático, as necessidades de um mercado especializado que exige profissionais cada vez mais capacitados e qualificados, em detrimento daqueles que realizam seu ofício somente de forma administrativa. Na busca pelo desenvolvimento cultural, como objetivo mais amplo, como ressalta Maria Helena Cunha (2003, p. 104), “[...] constatamos, portanto, a necessidade de ampliação e aprofundamento de um processo reflexivo e conceitual sobre a cultura, mais especificamente pelo viés da formação de seus agentes”.

Conforme já mencionado, é nas décadas de 1960 e 1970 que o Brasil institui, profissionaliza e complexifica as relações de produção, circulação e consumo de bens simbólicos, neste sentido, não é uma coincidência que datem do mesmo período o surgimento das primeiras obras voltadas aos profissionais que se dedicam aos aspectos organizativos do setor. O *Manual de administração teatral*, elaborado por Moema Brito em 1973, discorre sobre os aspectos práticos da profissão e opta por uma denominação bastante próxima do *arts management*, abordagem mantida pelo manual *A cena pelo avesso: subsídios para apostila sobre a organização do conhecimento da administração teatral*, elaborado por Heloísa Lyra no final da década seguinte, em 1989. Merece destaque o fato de que ambos enfocam a área teatral. (COSTA, 2011)

A singularidade do caso brasileiro, enfatizada por Albino Rubim (OS FAZERES..., 2008) diz respeito à predominância da terminologia *produção cultural*, para se referir à atividade de organização da cultura, em detrimento de noções como gestão, ou ainda mediação, animação, promoção, agência, dentre outras. Seu uso se oficializa, de certo modo, sob influência da instituição das leis de incentivo nas políticas

públicas e suas dinâmicas, em especial na passagem da Lei Sarney para a Lei Rouanet. A legislação, a partir de 1995, reconhece a existência do trabalho de intermediação de projetos culturais, inclusive com o ganho financeiro, abrangendo a elaboração de projetos, captação de recursos, administração de eventos culturais, entre outras atividades correlatas. Ao lado desse movimento, em 1996, temos a criação dos dois primeiros cursos de graduação em produção cultural no Brasil, um na Bahia e outro no Rio de Janeiro. A denominação “produção cultural” torna-se institucionalmente predominante, bem como o modo mais usual de (auto)nomeação dos profissionais que trabalham nessa área. (COSTA; MELLO; FONTES, 2010)

Maria Helena Cunha define o produtor cultural como “[...] alguém que caminha de mãos dadas com o gestor, sob a sua coordenação”. (OS FAZERES..., 2008, p. 13) Essa visão tenta tratar a questão a partir de uma relação lado a lado – ao caminhar de mãos dadas –, na qual um chefia o outro. A produção pode estar, em alguns momentos, sob a coordenação da gestão, mas isso não marca necessariamente uma diferença fundamental das atuações. Segundo a autora “[...] até as empresas particulares deixaram de pensar somente em projetos pontuais. Se elas se envolvem em um festival, por exemplo, vão querer promover edições continuadas”. (OS FAZERES..., 2008, p. 14)

No que se refere às nomenclaturas na área da organização da cultura não temos um denominador comum sobre as possíveis diferenças e semelhanças entre a atuação e a formação dos produtores e gestores culturais. Em pesquisa realizada recentemente com o apoio do Itaú Cultural, os autores relatam que:

No Brasil, como apontado, predomina a denominação produtor cultural. Porém, o termo gestor cultural tem ganhado força e sua diferenciação pode ser entendida a partir da compreensão, por parte dos produtores e da cadeia, da necessidade de conhecimentos de negócios e gestão – termos oriundos da administração. Estas exigências ficam mais perceptíveis nas novas dimensões da cultura, em especial na interlocução necessária ao exercício econômico da atividade.

Vale reforçar que discussões sobre o perfil do gestor cultural e suas múltiplas dimensões são necessárias e podem favorecer a oferta de cursos bem como a formação acadêmica no setor. Será mesmo que deve haver formação específica para a produção e gestão cultural ou, devido à centralidade que a cultura ocupa no cotidiano deve-se esperar que ela seja abordada como eixo de qualquer formação? Esta é uma questão para a qual esta pesquisa não traz respostas. (JORDÃO; BIRCHE; ALLUCCI, 2016)

A distinção entre a produção e a gestão culturais, com base na necessidade de conhecimentos de negócios e gestão, com pressupostos na área da administração, por parte destes últimos não encontra ressonância em publicações anteriores de autores que relacionam ambas atividades. (AVELAR, 2008)

Segundo Avelar (2008, p. 52), produtor cultural é o profissional que

[...] cria e administra diretamente eventos e projetos culturais, intermediando as relações dos artistas e demais profissionais da área com o poder público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura.

Já o gestor cultural é o profissional que:

[...] administra grupos e instituições culturais, intermediando as relações dos artistas e dos demais profissionais da área com o Poder Público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura; ou que desenvolve e administra atividades voltadas para a cultura em empresas privadas, órgãos públicos, ONGs e espaços culturais. (AVELAR, 2008, p. 52)

Desse modo, o produtor possui um papel central no processo cultural, atuando como o grande mediador entre os profissionais da cultura e os demais segmentos. “Nessa perspectiva precisa atuar como ‘tradutor’ das diferentes linguagens, contribuindo para que o sistema funcione harmoniosamente”. (AVELAR, 2008, p. 50) Ao gestor também caberia o papel de interface entre diferentes profissionais, embora ele possa

estar presente também no interior de outras instituições, contexto no qual ele é o responsável por alguma área privada de patrocínio a cultura ou por algum espaço cultural. Ainda de acordo com Avelar (2008), produção e gestão culturais são atividades essencialmente administrativas, verbo presente em ambas as definições.

A partir de 2003, quando se inicia a gestão Gilberto Gil no Ministério da Cultura (MinC) no primeiro governo Lula, as políticas federais na área da cultura passam por uma série de mudanças. Em seu discurso de posse Gilberto Gil coloca em evidência a importância de um papel ativo do Estado na gestão pública da cultura, fato que merece um destaque em relação às tristes tradições de ausências, autoritarismos e instabilidades das políticas culturais brasileiras. (RUBIM, 2007)

[...] o Estado não deve deixar de agir. Não deve optar pela omissão. Não deve atirar fora de seus ombros a responsabilidade pela formulação e execução de políticas públicas, apostando todas as suas fichas em mecanismos fiscais e assim entregando a política cultural aos ventos, aos sabores e aos caprichos do deus-mercado. (GIL; FERREIRA, 2013, p. 231)

Por outro lado, em relação ao fomento a iniciativas culturais, por exemplo, mesmo que em relação às leis de incentivo pouco tenha mudado, a larga adoção de diversas modalidades de seleções públicas, ou editais, influencia sobremaneira o campo da formação em organização da cultura, seja por meio da ampliação do seu impacto e abrangência devido à adesão dos estados e municípios aos editais, seja pela demanda dos novos agentes ora inseridos no campo cultural.

Sob tal perspectiva, a publicação de dois importantes diagnósticos – a Pesquisa de Informações Básicas Estaduais (Estadic) e a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic), ambas realizadas em 2014 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre a temática da cultura, nas 27 Unidades da Federação e 5.570 municípios brasileiros – evidencia o cenário institucional das políticas de cultura, bem como da formação dos gestores nos estados e municípios brasileiros.

Da totalidade das Unidades da Federação, 21 possuíam secretarias exclusivas e quatro, fundações públicas dedicadas à gestão da cultura. Apenas os estados de Santa Catarina e Rondônia tinham secretaria em conjunto com outras políticas, e entre as áreas compartilhadas estavam o turismo, o esporte e o lazer. No âmbito municipal, foram identificadas secretarias exclusivas em 20,4% (1.073) das cidades brasileiras, enquanto 57,3% (3.014), possuíam secretarias em conjunto com outras políticas. Ainda segundo o estudo,

A existência de estrutura específica para a gestão da política cultural, com relação à caracterização do órgão gestor e à existência de instrumentos de gestão fica mais evidente no âmbito dos municípios. Analisando-se os resultados do Suplemento da Munic 2014, constatou-se que os municípios com secretaria exclusiva e órgão da administração indireta para gerir a cultura eram também os que apresentavam maiores percentuais de municípios com instrumentos de gestão, participação e mecanismos de financiamento. Na outra ponta estavam os municípios que não possuíam estrutura de gestão. (IBGE, 2015, p. 29)

Ou seja, a existência de um órgão oficial de cultura, mais que um dado em si, revela-se um importante indicativo de uma maior institucionalidade na formulação, construção e gestão da política cultural.

Em relação às pessoas ocupados na administração da cultura na esfera estadual, foram identificados 9.278 profissionais, representando 0,4% do total de servidores estaduais. Nos municípios, os 67.123 servidores na área de cultura representavam 1% do pessoal ocupado na administração direta e indireta. Nos que diz respeito à formação, cabe destacar que, das 27 Unidades da Federação (UF), 24 ofereceram algum curso de capacitação na área da cultura para seus servidores nos 12 meses que antecederam a realização da pesquisa, sendo que 22 estados realizaram parcerias para a promoção dos cursos. Dos municípios, 36,4% promoveram algum tipo de capacitação, sendo que apenas 23,9% o fizeram nos 12 meses anteriores à pesquisa. A elaboração e gestão de projetos foi a

preocupação predominante para estados e municípios na capacitação dos seus servidores. (IBGE, 2015)

Nesse novo contexto, o papel do gestor cultural e, portanto, o uso desta denominação para os profissionais que atuam na organização do campo cultural são reforçados, seja pela ênfase obtida pela área cultural, nestes anos, junto aos entes públicos, seja por meio da descentralização os recursos e da ampliação da transparência e participação dos mais variados agentes não apenas na obtenção de recursos públicos, mas também junto aos processos de tomada de decisão.

Políticas e iniciativas contemporâneas para a formação em gestão da cultura

Se a atuação profissional na área de gestão da cultura, especialmente a pública, requer o domínio de uma série de conhecimentos específicos, é a partir da ampliação da atuação do Ministério da Cultura e dos seus canais de participação, conforme mencionado, que esta demanda se evidencia. Lia Calabre (2012) aponta como exemplo a realização da I Conferência Nacional de Cultura (I CNC), em 2005, que recebeu dos estados e municípios propostas de diretrizes que deveriam compor o Plano Nacional de Cultura. Ao analisar o conteúdo do material enviado e sistematizado, a autora verifica a relevância da reivindicação por formação, explicitada em um grande número de propostas, oriundo de todas as regiões do país, que apontava para a necessidade de implementação, ampliação e aperfeiçoamento da formação profissional em cultura, tanto na área de produção e gestão, enfatizadas neste trabalho, como em relação às linguagens e práticas artísticas.

No âmbito do Ministério da Cultura, ao longo das gestões analisadas, são realizadas diversas ações de formação – limitadas, não sistemáticas e circunscritas a áreas específicas – pelas diversas secretarias, a exemplo da Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (Sefic), da Secretaria de Audiovisual (SAv), da Secretaria de Políticas Culturais (SPC) e outras.

Nesse sentido, coube à Secretaria de Articulação Institucional (SAI) uma preocupação mais específica com a formação de gestores de políticas públicas de cultura, mesmo após a criação, em julho de 2009, de uma Coordenação de Programas Culturais, Formação e Universidade, no âmbito da SPC, que deveria englobar as ações voltadas à formação, para além da articulação entre educação e cultura.

Em 2008, a SAI cria um grupo de trabalho dedicado ao processo de construção do Sistema Nacional de Cultura (SNC). Dada a dimensão das tarefas a serem realizadas, o GT foi dividido em três grupos: o primeiro dedicado à elaboração do marco legal do Sistema; o segundo com a tarefa de realizar um mapeamento de instituições que atuam na área de formação cultural a fim de produzir um diagnóstico sobre o campo; o terceiro com o propósito de criar um programa na área de formação de gestão pública, aplicando uma experiência piloto.

O Mapeamento da Formação em Organização Cultural no Brasil parte da necessidade da elaboração de parâmetros para implantar uma Política Nacional de Formação em Organização Cultural. O projeto buscou detectar, de forma sistemática, as diversas instituições que trabalham na formação e qualificação em política e gestão culturais nos mais diferenciados níveis de aprimoramento (atividades presenciais e *on-line* de extensão, atualização, graduação, aperfeiçoamento, especialização, mestrado, doutorado etc.) existentes na atualidade brasileira, englobando instituições universitárias e culturais, fundações, empresas, entidades da sociedade civil, organizações não governamentais etc. (RUBIM; BARBALHO; COSTA, 2012)

O diagnóstico revela a necessidade premente de se elaborar no país uma política nacional para a formação em organização da cultura. Dentre os aspectos mais relevantes, cabe destacar a grande fragilidade acadêmica dos cursos pesquisados, visto que a maior parte, 75,88%, é qualificado como “extensão”, com apenas 3,37% de graduação e graduação tecnológica; a limitada abrangência, 7,73% caracterizados como nacionais; a larga utilização de procedimentos metodológicos convencionais – atividades

práticas fazem parte de 10,90% dos cursos e o ensino a distância de apenas 4,27%; assim como a inexistência de frequência ou periodicidade definida para a oferta de 63,75% dos cursos. Constatou-se a predominância de cursos no campo da produção cultural (70,18%), com ênfase em temáticas como financiamento da cultura (18,22%) e elaboração de projetos (16,20%), interpretada como consequência do já assinalado predomínio quase absoluto das leis de incentivo nas políticas culturais.

No que diz respeito à concentração territorial, a grande maioria das instituições encontra-se na região Sudeste (48,44%), e mais especificamente em São Paulo (20,70%) e Rio de Janeiro (17,19%). Na região Norte estão apenas 3,52% das instituições atuantes no setor, sendo que os estados do Amapá, Roraima e Tocantins não possuem nenhuma. Mesmo em São Paulo e Rio de Janeiro, verifica-se a concentração nas capitais. A essa realidade, soma-se o dado de que quase a metade das instituições são privadas (49%), enquanto as demais se dividem entre entidades estatais e ligadas à sociedade civil organizada, especialmente Organizações Não Governamentais (ONGs).

Em suas conclusões, o estudo assinala a necessidade de se traçar um amplo investimento na área de formação, a fim de superar este quadro de fragilidades. Disto se depreende a necessidade de criação de cursos de graduação, o que implica a parceria entre os Ministérios da Cultura e da Educação, bem como de cursos de extensão que incorporem, para além da produção, a gestão e as políticas culturais. Propõe-se também o desenvolvimento de uma política de pós-graduação específica para o setor, com o intuito de formação de um saber crítico e aprofundado. (RUBIM; BARBALHO; COSTA, 2012)

Já o curso piloto do Programa de Formação em Gestão Cultural, como atividade relativa ao GT de formação de gestores culturais dentro do processo de consolidação do SNC, foi realizado entre os meses de outubro de 2009 e abril de 2010, pela Secretaria de Articulação Institucional do Ministério da Cultura, pela Secretaria de Estado de Cultura da Bahia e pelo Serviço Social do Comércio (Sesc) de São Paulo.

O projeto piloto inicial para ser replicado ou ampliado, faz parte da meta de número 36 do Plano Nacional de Cultura (PNC) que trata dos “Gestores de cultura e conselheiros capacitados em cursos promovidos ou certificados pelo Ministério da Cultura em 100% das Unidades da Federação (UFs) e 30% dos municípios, dentre os quais, 100% dos que possuem mais de 100 mil habitantes”. Para o cumprimento desta meta, conforme divulgado no site do PNC, a SAI realizou os seguintes cursos¹:

- Curso de extensão de capacitação ao Sistema Municipal de Cultura, oferecido pelo Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas Contemporâneas (GPublic) em parceria com a Fundação para Pesquisa e Desenvolvimento da Administração, Contabilidade e Economia (Fundace) e voltado aos funcionários públicos das prefeituras envolvidas no Consórcio Intermunicipal Culturando (CIC).² As aulas ocorreram na modalidade presencial e foram realizadas em Ribeirão Preto, entre os anos de 2014 e 2015. (BRASIL, 2015b; UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO..., 2015)
- Curso de extensão em Administração Pública da Cultura, organizado pela Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), para gestores públicos e conselheiros de cultura dos municípios que aderiram ao Sistema Nacional de Cultura (SNC). Até o momento, foram realizadas cinco edições:³ a primeira delas, em 2012, adotou a modalidade semi-presencial e contou com 67 vagas para gestores do Rio Grande do Sul; as quatro seguintes, em modalidade a distância, ofereceram 1.400 vagas no ano de 2015, contemplando “[...] alunos de todos os estados da federação e do Distrito Federal distribuídos em 333 municípios”. (BRASIL, 2015b; UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2017)
- Cursos voltados para a formação de gestores culturais nos Estado do Acre, realizado entre junho e novembro de 2015, pela Universidade Federal do Acre (UFAC), beneficiando cerca de 70 gestores de 18 dos 22 municípios acreanos (BRASIL, 2015a); de Roraima, a cargo

da Universidade Federal de Roraima (UFRR), que contemplou 55 alunos dos 15 municípios do Estado, também em 2015 (RORAIMA, 2015); do Pará, promovido pela Universidade Federal do Pará e iniciado em janeiro de 2015, na cidade de Altamira e Região do Capim, com 60 vagas⁴ (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2014) e do Centro Oeste, coordenado pela Universidade de Brasília (UnB), entre agosto de 2014 a janeiro de 2015, com disponibilidade para 210 alunos do Distrito Federal e dos estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2014); e o curso de Pós-Graduação dos Estados do Nordeste, uma especialização em gestão cultural que já constituiu duas turmas⁵: a primeira, em 2012, contou com 50 participantes, dentre representantes da Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Ministério da Cultura, – responsáveis pela sua execução – e das Secretarias de Cultura dos Estados de Pernambuco, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte, Ceará, Bahia e Alagoas (MELO, 2012); a segunda, fruto da parceria entre a Fundação Joaquim Nabuco, Ministério da Cultura e Universidade Federal da Bahia, Bahia, com o apoio das secretarias estaduais e municipais de Cultura e universidades públicas da região Nordeste, também ofertou 50 vagas e foi realizada em 2014.⁶ (UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, 2014)

Uma breve pesquisa em mecanismos de busca na web demonstra, portanto, que diversas iniciativas dedicadas à formação não são computadas pelo MinC em seu levantamento, indicando que o número de cursos realizados é maior do que o listado e explicitado no quadro abaixo. Ademais, embora tenham sido identificadas ações ao longo de 2016, a última atualização da meta 36 pela SAI foi realizada há mais de um ano da elaboração deste capítulo, no dia 31 de dezembro de 2015.

Em que pese a grande variedade de cursos identificados, é possível depreender do quadro acima, que as ações promovidas para a execução da meta são em grande medida pontuais: nos cinco anos constantes no site do PNC, em apenas um, são desenvolvidas ações com a participação

de 19 dos 27 estados do Brasil – nos outros, as ações ocorrem no máximo em quatro estados. Nos anos de 2010 e 2011, por exemplo, é realizado apenas o projeto piloto, cuja ação era pontual no seu próprio objetivo. A partir de 2012 que as ações na área voltam a ocorrer, tanto presenciais quanto por meio de educação a distância.

Quadro 1 – Histórico da meta

INDICADOR	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ALCANÇADO	PONTO DA META 2020
Quantidade de UF com gestores de cultura e conselheiros capacitados	1	0	19	3	4	0	
Total de UF com gestores de cultura e conselheiros capacitados			20	23	27	27	27
% de UF com gestores de cultura e conselheiros capacitados			74.10%	85.20%	100.00%	100.00%	100.00%
Quantidade de municípios com gestores de cultura e conselheiros capacitados	39	0	23	608	133	198	
Total de municípios com gestores de cultura e conselheiros capacitados			62	670	803	1001	
% de municípios com gestores de cultura e conselheiros capacitados			3.70%	40.10%	48.10%	59.90%	30.00%
Quantidade de municípios que possuem mais de 100 mil habitantes com gestores de cultura e conselheiros capacitados	9	0	9	67	27	44	
Total de municípios que possuem mais de 100 mil habitantes com gestores de cultura e conselheiros capacitados						156	283
% de municípios que possuem mais de 100 mil habitantes com gestores de cultura e conselheiros capacitados			3.20%	26.90%	36.40%	55.10%	100.00%

Fonte: Secretaria de Articulação Institucional (BRASIL, 2015).

Dentre as “pronunciadas indecisões, descontinuidades, continuidades, retrocessos e avanços” (RUBIM, 2015, p. 26) nas políticas culturais ao longo dos Governos Lula e Dilma Rousseff, Albino Rubim aponta a formação como uma das limitações não superadas. Em 2015, primeiro ano da segunda gestão Dilma – precocemente interrompida pelo processo de impedimento que culminou com sua saída definitiva da presidência em 31 de agosto de 2016 – foi criada a Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural (Sefac), capitaneada por Juana Nunes, em substituição à Secretaria da Economia Criativa, instituída em 2011 pela então ministra Ana de Hollanda. Sua atuação, no entanto, se restringia à gestão de projetos intersetoriais, a exemplo do Mais Cultura nas Escolas, Mais Cultura nas Universidades e o Pronatec Cultura.

Ainda no âmbito da Sefac, em 5 de maio de 2016, foi lançado o Programa Nacional de Formação Artística e Cultural (Pronfac), por meio da Portaria nº 37, que buscava integrar ações que promovam o acesso aos meios formação e pesquisa em arte e cultura da educação infantil até a pós-graduação. O Pronfac visava ratificar os programas Mais Cultura nas Universidades, Mais Cultura nas Escolas e ProExt Cultura e Arte – alguns deles atualmente encontra-se inoperantes, com a assinatura de termos de convênio mas sem repasse de recursos até o momento – e incentivar a formação de gestores de cultura, agentes culturais e pesquisadores. O programa, no entanto, nem chegou a ser iniciado, dado o afastamento da Presidenta, e, portanto, de todo o primeiro escalão de seu governo, ainda naquele mês. A Secretaria de Educação e Formação Artística e Cultural foi, ainda, extinta do MinC, por meio da Medida Provisória de n. 726 de 12 de maio de 2016.

Em 24 de maio de 2016, o diplomata Marcelo Calero é nomeado ministro, antes mesmo da efetiva destituição da Presidenta durante a gestão interina de Michel Temer. Em 17 de agosto de 2016, o Decreto n.º 8.837 determina uma reforma administrativa no Ministério da Cultura. Dentre as unidades extintas, está a Secretaria de Articulação Institucional. Suas atribuições, especialmente vinculadas ao SNC, são transferidas

para a recém-criada Secretaria de Articulação e Desenvolvimento Institucional e reduzidas apenas à Coordenação-Geral do Sistema Nacional de Cultura. (BRASIL, 2016) Cerca de seis meses depois, em 23 de novembro de 2016, um novo ministro toma posse: o deputado federal e presidente nacional do Partido Popular Socialista (PPS) Roberto Freire. A substituição se dá após uma crise política que associou o então ministro da Secretaria de Governo, Geddel Vieira Lima, a tentativas de liberação de uma obra em Salvador, na qual possui um apartamento, que havia sido embargada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), órgão vinculado ao MinC. O episódio culminou com a saída dos ministros de ambas as pastas.

Fora do âmbito das ações governamentais, em 2016 foi publicado outro estudo dedicado à área da formação intitulado *Mapeamento dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil: 1995-2015*, realizado pelo Observatório do Itaú Cultural, com recursos da Lei de Incentivo à Cultura. Neste diagnóstico são identificados 25 cursos superiores na área da gestão, criados no Brasil, sendo assinalado apenas um curso de graduação e outros 24 de pós-graduação, dos quais 15 estariam em atividade no momento.

Atualmente há 62 cursos [de formação superior] em atividade no país, oferecidos por 44 instituições, sendo que 45,16% desses foram criados por 22,72% das instituições, todas com dois a cinco cursos ativos. [...] A segunda categoria com o maior número de cursos é a de gestão, que compreende os programas que objetivam a formação de profissionais para ocupar postos de gestão e de negócios em cultura tanto em instituições privadas quanto em órgãos governamentais. Os cursos dessa categoria correspondem a 19,1% do total. (JORDÃO; BIRCHE; ALLUCCI, 2016, p. 70-75)

Em que pese a ausência de enumeração dos cursos catalogados, visto que são indicadas apenas as instituições promotoras, deduz-se que o curso de graduação em gestão, conforme indicado, seja o Bacharelado Interdisciplinar com Área de Concentração em Políticas e Gestão

Cultural da Universidade Federal da Bahia. Foi notada, ainda, a ausência sob tal designação do Bacharelado Interdisciplinar em Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas, com terminalidade em Política ou Gestão Cultural, da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, criado em 2013.

Por outro lado, cabe asseverar a larga adoção dos conteúdos relativos à gestão cultural em cursos superiores que têm como nomenclatura principal a área de produção ou políticas culturais. Reitera-se, portanto, que as semelhanças e diferenças das nomenclaturas entre gestão e produção não indicam barreiras fixas e isoladas na atuação profissional, tornando necessário um maior aprofundamento da análise destes cursos para além de sua designação.

Considerações finais

A conjuntura de crise político-econômica e institucional que o Brasil enfrenta atualmente impõe múltiplos e complexos desafios para a formação de gestores e demais profissionais dedicados à organização do campo cultural. Os enfrentamentos necessários para sua superação dizem respeito, não apenas às ações empreendidas pelos órgãos públicos, e em especial o Governo Federal, com esta finalidade – certamente prejudicadas pela já referenciada instabilidade do Ministério e de suas políticas; mas também à necessária empregabilidade e permanência destes trabalhadores no campo cultural brasileiro como um todo.

Inicialmente, cabe asseverar que as ações de formação, em geral, possuem custo elevado, atingem públicos reduzidos e possuem larga duração. Por sua vez, aspectos como a qualidade e a amplitude de seus desdobramentos são difíceis de mensurar, com possibilidade de aferir seus resultados, na maior parte dos casos, apenas a longo prazo. Faz-se necessário refletir, de forma acurada, sobre os resultados e desdobramentos obtidos pelos cursos. Qual o perfil dos egressos? Em quais instituições estão atuando? Qual a real abrangência territorial das ações?

Quais mudanças puderam ser observadas na gestão cultural dos municípios e dos Estados? Tais aspectos possuem absoluta relevância em uma reflexão dedicada a uma temática complexa, como é o caso da formação.

Em relação às iniciativas do Governo Federal dedicadas à formação em organização da cultura, porém, são evidenciadas a ausência de um acompanhamento e avaliação sistemáticos e periódicos das atividades realizadas e, especialmente, em andamento. São aspectos que contribuem para a complexificação do processo: a simultaneidade, diversidade e abrangência territorial dos cursos; a necessária articulação com inúmeras instituições, com destaque para as universidades públicas; e o pequeno número de funcionários atuantes no ministério para sua consecução. No entanto, ainda que reconheçamos as dificuldades impostas, é patente a discrepância entre os dados disponibilizados no site do Plano Nacional da Cultura (BRASIL, 2015b) e os encontrados após um levantamento superficial em mecanismos de busca na web. Causa surpresa a incoerência em se constatar um número maior de atividades e beneficiários do que disponibiliza uma ferramenta de prestação de contas do órgão à população. É ainda mais despropositada a ausência de quaisquer atualizações, ao longo de mais de um ano, em relação a esta meta.

Embora não tenha logrado publicizar um simples levantamento quantitativo das iniciativas promovidas, a Secretaria de Articulação e Desenvolvimento Institucional anunciou o estabelecimento de uma parceria com o Centro de Estudos Internacionais sobre Governo (Cegov), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), para realizar uma pesquisa qualitativa para avaliar os resultados obtidos com a realização de 13 cursos de qualificação de gestores culturais pelo MinC. Este estudo, porém, segundo a notícia, ao propor verificar a eficácia dos métodos utilizados nos cursos, ementas, perfil dos professores, material didático, entre outros aspectos, indica a adoção de um viés tecnicista e pouco reflexivo. Ainda que a análise ora explicitada tome como base apenas uma breve nota de divulgação da iniciativa (BRASIL, 2016), é premente a ausência da ênfase dada pelo órgão nos resultados e desdobramentos obtidos pelos cursos.

A necessária formação de gestores e técnicos nas diversas esferas da gestão pública cultural encontra ainda outros entraves, conforme já assinalado, que podem ser interpretados como estruturais. São exemplos: a baixa institucionalidade do setor, seja quanto à instabilidade das políticas e programas implementados, seja quanto ao pequeno número de estruturas organizacionais para tratar da política cultural, em especial no âmbito municipal (IBGE, 2015); o restrito número de concursos na área; e reduzido percentual de servidores dedicados à cultura, em relação à totalidade dos servidores da administração pública direta e indireta. Já na iniciativa privada, são obstáculos frequentes: a tardia instituição e do mercado de bens simbólicos no país e a limitada diversidade do campo, em especial no que se refere à cultura erudita, conforme assinalado, e a relativa dependência de recursos públicos, mesmo quando a decisão sobre o incentivo venha da iniciativa privada, como é o caso do incentivo fiscal.

A atual conjuntura, portanto, não se mostra promissora. Uma vez mais, são retomadas as ausências, instabilidades e autoritarismos, as “tristes tradições” das políticas culturais. (RUBIM, 2007) Passadas três décadas, surpreende a atualidade da constatação do antropólogo Néstor García Canclini em 1987, quando, referindo-se ao contexto da crise socioeconômica que assolava a América Latina, assevera que justamente no momento em que se compreende melhor “[...]o papel que a cultura pode desempenhar na democratização da sociedade, estamos nas piores condições para desenvolvê-la, redistribuí-la e promover a expressão e o avanço dos setores populares”.⁷ (GARCÍA CANCLINI, 1987, p. 26, tradução nossa)

Superar tais desafios implica, portanto, reconhecer a forte interdependência do tema da formação em organização da cultura em relação a aspectos basilares para o desenvolvimento integral do campo da cultura. Ressalta-se, assim, a urgência e importância de uma atuação sistemática e abrangente, para a qual se faz imprescindível uma veemente mobilização e reivindicação pelos mais diversos agentes do campo cultural.

Notas

- 1 Além desses cursos, a SAI tem dado apoio técnico para elaboração de Planos Municipais de Cultura, por meio de oficinas e do acompanhamento das ações referentes à sua elaboração. (BRASIL, 2015)
- 2 O CIC, primeiro consórcio público específico para a cultura do País, consiste em uma entidade de pública que reúne, atualmente, 26 prefeituras do interior do Estado de São Paulo.
- 3 Embora o site do PNC (BRASIL, 2015b), refira-se a esta iniciativa no singular, ademais das atividades acima mencionadas, segundo o site do Curso (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2017), devido à grande demanda, o Ministério e a UFRGS decidiram oferecer novas turmas em 2016 e 2017. Os cursos, em andamento, disponibilizaram 2.400 vagas, divididas em três turmas, para todo o território nacional, entre os meses de outubro de 2016 e setembro de 2017.
- 4 Neste estado, embora tenha sido mencionado no site do PNC (BRASIL, 2015b) apenas o curso acima descrito, foram identificadas, pelo menos, três iniciativas distintas com o mesmo propósito. Inicialmente, o relatório da PROEX-UFPA indica que esta corresponderia à segunda edição de uma iniciativa anterior, sediada em Belém e ofertada na modalidade semipresencial, atendendo 45 municípios e 63 alunos (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2014). A terceira edição, iniciada em 2016, foi sediada na Região do Xingú. (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2015) Ademais, foi identificado, em 2015, um curso presencial oferecido pela Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) na cidade de Santarém, com 45 vagas. (BAENA, 2015)
- 5 Em 2016, a Secretaria de Cultura do Estado de Pernambuco e a Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco, conjuntamente com o Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos da Universidade Federal da Bahia, Ministério da Cultura e Universidade de Pernambuco realizaram, ainda, um curso de formação de gestores culturais nas modalidades de Extensão e Aperfeiçoamento, com a disponibilização de 90 vagas (PERNAMBUCO, 2015)
- 6 Nesse tópico, o site do PNC cita, novamente, a realização do curso do Consórcio Intermunicipal Culturando. Interpretamos, porém, que se trata do mesmo curso assinalado no primeiro item do site, acima mencionado.
- 7 “[...] el papel que la cultura puede cumplir en la democratización de la sociedad estamos en las peores condiciones para desarrollarla, redistribuirla, fomentar la expresión y el avance de los sectores populares”.

Referências

AVELAR, R. *O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural*. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BAENA, T. Extensão Universitária: UFOPA abre inscrições para curso de gestão cultural. Santarém: Comunicação - UFOPA, 2015. Disponível em: <<http://www.ufopa.edu.br/noticias/2015/janeiro/extensao-universitaria-ufopa-abre-inscricoes-para-curso-de-gestao-cultural>>. Acesso em: 4 mar. 2017.

BOURDIEU, P. O mercado de bens simbólicos. In: BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BRASIL. *Decreto nº 8.837, de 17 de agosto de 2016*. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Cultura, remaneja cargos em comissão e funções gratificadas e substitui cargos em comissão do Grupo Direção e Assessoramento Superior - DAS por Funções Comissionadas do Poder Executivo Federal - FCPE. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Decreto/D8837.htm>. Acesso em: 4 mar. 2017.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Gestores e conselheiros culturais terão curso de formação no Acre*. Brasília, DF, 2015a. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/gestores-e-conselheiros-culturais-terao-curso-de-formacao-no-acre/10883>. Acesso em: 4 mar. 2017.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria de Articulação Institucional. *Meta 36 do Plano Nacional de cultura*. Brasília, DF, 2015b. Disponível em: <<http://pnc.culturadigital.br/metas/gestores-de-cultura-e-conselheiros-capacitados-em-cursos-promovidos-ou-certificados-pelo-ministerio-da-cultura-em-100-das-unidades-da-federacao-ufs-e-30-dos-municipios-dentre-os-quais-100-dos-que/>>. Acesso em: 4 mar. 2017.

CALABRE, L. Programa de formação na área da gestão pública de cultura: a experiência piloto SAI/MinC e Secretaria de Cultura da Bahia. In: CALABRE, L. (Org.). *Políticas culturais: pesquisa e formação*. São Paulo: Itáu Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. p. 161-180.

COSTA, L. F. *Profissionalização da organização da cultura no Brasil: uma análise da formação em produção, gestão e políticas culturais*. 239 f. 2011. Tese (Doutorado Multidisciplinar em Cultura e Sociedade) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

COSTA, L. F.; MELLO, U.; FONTES, V. Avaliação da área de formação em organização da cultura: apenas ações ou uma política estruturada? In: RUBIM, Albino (Org.). *Políticas culturais no Governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 2010.

CUNHA, M. H. Formação do profissional de cultura: desafios e perspectivas. In: BRANT, L. (Org.). *Políticas culturais*. Barueri: Manole, 2003.

FISCHER, M. *Marketing cultural: legislação, planejamento e exemplos práticos*. São Paulo: Global, 2002.

GARCÍA CANCLINI, N. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. In: GARCÍA CANCLINI, N. (Org.). *Políticas Culturales en América Latina*. Buenos Aires: Grijalbo, 1987. p. 13-59.

GIL, G.; FERREIRA, J. *Cultura pela palavra*. Rio de Janeiro: Versal, 2013.

GRAMSCI, A. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

IBGE. *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: cultura 2014*. Rio de Janeiro, 2015.

JORDÃO, G.; BIRCHE, L.; ALLUCCI, R. R. *Mapeamento dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil: 1995-2015*. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.

MELO, M. M. de. *Abertura do I Curso de Formação de Gestores Culturais dos Estados do Nordeste*. Recife: Fundaj, 2012. Disponível em: <http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=459:abertura-do-i-curso-de-formacao-de-gestores-culturais-dos-estados-do-nordeste&catid=44:sala-de-imprensa&Itemid=183>. Acesso em: 4 mar. 2017.

MELO, M. M. de. SAI realiza pesquisa qualitativa sobre cursos de capacitação do MinC. Brasília, DF, 2016. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/id/1371747>. Acesso em: 4 mar. 2017.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

OS FAZERES e os saberes dos gestores de cultura no Brasil. *Revista do Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 6, jul./set. 2008.

- PERNAMBUCO. Secretaria de Cultura. *Curso de formação de gestores culturais*. Recife: Secretaria de Cultura do Estado de Pernambuco, 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.pe.gov.br/editais/curso-de-formacao-de-gestores-culturais/>>. Acesso em: 4 mar. 2017.
- RORAIMA. *Governo apoia curso de gestão cultural oferecido pela UFRR*. Boa Vista, 2015. Disponível em: <http://www.portal.rr.gov.br/site/?governoderoraima=noticias_ver&id=969>. Acesso em: 4 mar. 2017.
- RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no primeiro governo Dilma: patamar rebaixado. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A.; CALABRE, L. (Org.). *Políticas culturais no Governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015, p. 11-31.
- RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A.; COSTA, L. Formação em organização da cultura: a situação latino-americana. *PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, ano 2, n. 2, p. 125-149, Rio de Janeiro, set. 2012.
- RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 13, p. 101-113, jun. 2007.
- UNIVERSIDADE SÃO PAULO. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto. *Cerimônia de Encerramento do Curso de Extensão de Capacitação ao Sistema Municipal de Cultura*. Ribeirão Preto, 2015. Disponível em: <<https://fearp.usp.br/pt-br/item/3633-cerimonia-de-encerramento-do-curso-de-extensao-de-capacitacao-ao-sistema-municipal-de-cultura.html>>. Acesso em: 4 mar. 2017.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. *Curso de Especialização em Gestão Cultural*. Salvador: UFBA, 2014. Disponível em: <<http://www.ihac.ufba.br/2014/03/curso-de-especializacao-em-gestao-cultural/>>. Acesso em: 04 mar. 2017.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. *Relatório Anual de Atividades 2014 - Direitos Humanos e Tecnologia*. Belém: Pró-Reitoria de Extensão, 2014. Disponível em: <https://issuu.com/proexufpa/docs/relat__rio_proex_2014/50>. Acesso em: 4 mar. 2017.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. *Curso de Extensão e Aperfeiçoamento em Gestão Cultural*. Belém: Pró-Reitoria de Extensão, 2015. Disponível em: <<http://proex.ufpa.br/antigo2/index.php/cursos/cursonde-gestao-cultural>>. Acesso em: 4 mar. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. *Curso de Extensão em Administração Pública da Cultura: histórico do Curso*. Porto Alegre: UFRGS, [2017]. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/admcultura/historico-do-curso/>>. Acesso em: 4 mar. 2017.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. *Formação Gestão Cultural Centro-Oeste*. Brasília: Decanato de Extensão - UNB, 2014. Disponível em: <<http://unb2.unb.br/administracao/decanatos/dex/gescult.html>>. Acesso em: 4 mar. 2017.

WILLIAMS, R. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

As moedas criativas e a subsunção do trabalho cultural

*Ruy Sardinha Lopes**

*Danielle Edite Ferreira Maciel***

Introdução

Não é de hoje que ouvimos falar na confluência entre economia e cultura, na centralidade econômica dos setores cultural e de entretenimento, também rebatizados de indústrias criativas, e, portanto, da necessidade de uma economia (política) da cultura e uma economia criativa, alimentadas, em grande parte pelo impacto das tecnologias digitais de informação e comunicação nas relações produtivas e sociais contemporâneas. A se considerar o discurso hegemônico somos realmente levados a concluir que as trocas e o capital simbólicos são os ingredientes essenciais se não de um novo modo de produção

* Bacharel, mestre e doutor em Filosofia pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP). Professor e pesquisador do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP, campus de São Carlos e do Núcleo de Estudos das Espacialidades Contemporâneas (NEC-USP).

** Formada em Letras: Português-Italiano pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP). Mestre e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

ou de regulação, pelo menos de uma nova economia não mais baseada na escassez dos recursos, mas no caráter inesgotável e geograficamente distribuído da criatividade humana; donde o fracasso da velha teoria econômica – ortodoxa ou não – em dar conta da realidade posta em operação por esse admirável mundo novo.

Apoiados em grande medida nas teorias do capital humano e cognitivo vários são aqueles que enxergam no mar de incertezas e crises no qual estamos submersos a eclosão de uma nova classe emancipadora – a “classe criativa” (FLORIDA, 2011) – e a emergência de um capitalismo mais humanizado, democrático e sustentável.

Das inúmeras práticas culturais e econômicas que incrementam a “nova economia” – das *startups* aos Master Business Administration (MBA), passando pelas políticas públicas e Organizações Não Governamentais (ONGs) voltadas para o trabalho cultural – o projeto Moedas Criativas idealizado pelo cientista social e doutor em economia Gilson Schwartz nos pareceu um bom posto de observação de algumas ambiguidades e contradições das novas formas de empresariamento cultural.

Elaborado há mais de dez anos por pesquisadores da “Cidade do Conhecimento” – um grupo de pesquisa acadêmico e interdisciplinar da Universidade de São Paulo (USP), o projeto visa “reinventar o dinheiro, usando a tecnologia das redes sociais”, na busca por “[...] um caminho para reinventar nosso engajamento com a transformação do mundo”. (SCHWARTZ, 2016, p. 69)

Moedas e moedeiros criativos

O grupo de pesquisa no qual o projeto se desenvolve busca desenhar e implementar iniciativas ligadas à “emancipação digital, conectando a USP a outras “redes de projetos que envolvam instituições de ensino e pesquisa, entes governamentais, empresas privadas e o chamado ‘terceiro setor’, com o objetivo de forjar “[...] uma nova cidadania com base

na produção compartilhada de conhecimento e socialização dos meios de informação, comunicação e cultura”. (SCHWARTZ, 2003, p. 29-30) Na prática, o Cidade do Conhecimento produz *spin-offs*¹ e atua como incubadora de projetos de “[...] empreendedorismo criativo [...] com foco na inovação sustentável”. (SCHWARTZ, 2015, p. 170)

Conceitualmente, a pesquisa do grupo se ancora na ideia de “Iconomia”: a economia dos ícones, “[...] entendidos como sistemas de informação e comunicação que produzem valor e instauram mercados”. (SCHWARTZ, 2006, p. 3) A abordagem parte da constatação do aumento do consumo global de bens e serviços das chamadas indústrias criativas – conteúdos para TV, séries, celulares, redes sociais, *streaming*, cinema, mas sobretudo os *games* – para afirmar que estaríamos vivendo uma “era de ícones”, “iconografias”, na qual “tudo é ou passa por uma tela”. (SCHWARTZ, 2015, p. 162) A “preponderância da comunicação em todos os processos”, na perspectiva da Iconomia, agiria no sentido de remodelar a relação entre tecnologias e práticas sociais, promovendo novas modalidades de engajamento colaborativo, interatividade, visibilidade, compartilhamento. E, por despertarem atitudes ligadas não apenas à ordem do racional, mas à sensibilidade e aos afetos, tais práticas seriam capazes de provocar mudanças profundas na forma de valoração do que se é produzido.

Nesse sentido, a Iconomia toma como implícitas leituras já conhecidas sobre aspectos relacionados à natureza do trabalho imaterial e da inteligência coletiva para compreender o funcionamento de mercados nos quais o trabalho criativo e o conhecimento estariam sendo responsáveis pela maior parte da agregação de valor – mas um valor, no entanto, que só se define e realiza no ato do consumo, através da “atenção” e da “fidelização” dispensadas pela “audiência”. Disso decorreria a exigência de uma economia política focada na “dimensão *imaterial* da riqueza”. (SCHWARTZ, 2006, p. 3, grifo do autor) Práticas de *crowdsourcing*, por exemplo, se mostrariam como experiências de ponta dessas novas dinâmicas evocadas pela Iconomia, na medida em que

procuraram integrar “engenharia, economia e comunicação” e gerenciar “tecnologias, negócios e informação”, que estariam “aumentando a competitividade dos empreendimentos e o potencial emancipatório humano”.

É assim que o grupo Cidade do Conhecimento assenta sua estratégia sobre uma suposta “era lúdica”, de *gameficação* das relações: a aplicação “da dinâmica de jogos a qualquer outra coisa que não seja estritamente um jogo”. Pois, nessa leitura, os *games* não seriam outra coisa senão uma rede social monetizada de outro tipo, que transformaria “uma cadeia de sentido numa cadeia de valor”, isto é, um novo modo de valoração já não mais possível de ser expresso pelo sistema de preços da moeda convencional, posto que suas riquezas – intangíveis, imateriais, inquantificáveis – estariam referidas a manifestações de “apreço”; formas de “apreciação” e não “precificação”. A Iconomia não se distancia muito, portanto, de abordagens sobre os novos fenômenos culturais que enfatizam o papel do receptor cultural como produtor de sentido – dimensão destacada por estudos como os de García Canclini (1995, p. 56), para quem o ato de consumir comporta uma “racionalidade integrativa”, configurando um cenário de disputas onde “escolhas simbólicas e estéticas” determinam a construção de sentidos.

As “moedas criativas” seriam, assim, uma espécie de incentivo simbólico, via créditos fictícios, para que produtores independentes em geral – trabalhadores criativos, culturais, amadores, juventude inventiva, universitários, pesquisadores etc. – passem a compreender, apropriar-se e produzir de acordo com a gramática de funcionamento das redes digitais: colaborativismo, interatividade e compartilhamento de conhecimentos. O objetivo é o desenvolvimento de trocas, através de uma plataforma comum e por meio de “moedas criativas” de atividades culturais, projetos sociais, educacionais, tecnológicos e científicos que contribuam para o desenvolvimento sustentável local e global.

Segundo seus inventores, assim como os *likes* do *Facebook* ou as moedas alternativas transacionadas no âmbito das comunidades de

jogadores de *games*, as “moedas criativas” interviriam como um tipo de indicador simbólico orientado por critérios como: atenção, apreciação, avaliação, reputação, visibilidade, com o poder de incentivo e estímulo para produções inovadoras. A nova concepção monetária, de acordo com o projeto, daria ensejo a que novas relações sociais se desenvolvessem em sintonia com o potencial comunicativo inaugurado pelas redes.

O projeto que ao longo de sua existência vem conquistando grandes apoios e financiamentos em diferentes esferas institucionais² e foi premiado pela Unesco na campanha “+ 20 ideias para girar o mundo”³ pretende impulsionar um Laboratório de Inovação em Finanças e Empreendedorismo (LIFE), com parcerias já estabelecidas com universidades internacionais e com a ONG nova-iorquina *Games for Change*,⁴ que também já atua nos EUA e União Europeia. A estruturação do projeto Moedas Criativas a partir de então ocorreria através

da difusão viral de um *software* capaz de organizar a emissão e gestão de moedas complementares com funções de indução à inovação e ao empreendedorismo. [...] O trabalho de pesquisa, motivação e divulgação de resultados será ancorado na instalação de terminais da agência internacional de informações *Bloomberg* nos grupos de pesquisa envolvidos, alcançando várias unidades da USP e parceiros [...] O projeto de ‘Monetização Lúdica’ viabiliza a construção ao longo dos próximos anos de uma base para o desenvolvimento de uma incubadora do tipo ‘economia de plataforma’⁵ a partir da Agência de Inovação da USP, induzindo projetos ‘*spin off*’ pela monetização lúdica de atividades (cursos, eventos, concursos, mobilização) promovidas pelo grupo de pesquisa ‘Cidade do Conhecimento’ e parceiros, com foco na economia criativa e na diversidade artística e cultural. (SCHWARTZ, 2016, p. 77, grifo do autor)

O fetichismo da “recriação do dinheiro”

As moedas criativas constituem um indicador monetário capaz tanto de remunerar a “classe criativa” quanto induzir “novas formas de

monetização lúdica com impactos afetivos e efetivos tão poderosos quanto os já verificados na criação, uso e circulação do dinheiro mais convencional. (SCHWARTZ, 2016, p. 74) Vejamos, mais de perto, a plausibilidade e as implicações desta aposta.

Ainda que, em sentido estrito, o termo moeda seja aplicável apenas à moeda metálica ou papel-moeda de curso forçado, emitidos exclusivamente pela autoridade monetária do país, Marusa Freire (2011, p. 41), citando Doss (1997), ressalta que

Em sentido amplo, o termo pode abranger qualquer meio de pagamento, mercadoria (*commodity*), ou ativo financeiro, tais como depósitos bancários, títulos da dívida pública, obrigações bancárias, moedas estrangeiras, ou até mesmo títulos constituídos por empresas comerciais com fundamento exclusivamente no direito contratual privado que, embora não sejam controlados pela *autoridade monetária*, são representativos de um *poder econômico* que pode ser utilizado como instrumento de pressão política. Conseqüentemente, na realidade social, a determinação do significado do termo ‘*moeda*’ e da amplitude do sentido com que o termo está sendo utilizado em determinada circunstância é essencialmente uma questão de interpretação.

Assim, inúmeros são os exemplos de “moedas alternativas” ou “sociais”⁶ existentes no Brasil e no mundo. De acordo com Claudia Soares (2006, p. 135):

A moeda social é uma forma de moeda paralela criada e administrada por seus próprios usuários, logo, tem sua emissão originada na esfera privada da economia. Ela não tem qualquer vínculo obrigatório com a moeda nacional e sua circulação é baseada na confiança mútua entre os usuários, participantes de um grupo circunscrito por adesão voluntária.

Ou ainda, segundo Marusa Freire (2011, p. 106, grifo do autor), sobre os usos de tais moedas

Como bem observa Blanc (2006-b, p. 32), as moedas sociais circulantes locais têm três motivações principais que as distinguem da organização monetária habitual.

Em primeiro lugar elas têm por propósito estabelecer um circuito econômico comunitário, no qual se privilegia o consumo local de recursos locais, inclusive o uso local de receitas provenientes da produção local. EM segundo lugar, elas procuram dinamizar as trocas realizadas no circuito econômico comunitário estabelecido em benefício das populações locais, recusando assim atitudes voltadas para a acumulação, a conservação e a concentração da riqueza. Por último, visam a transformar as práticas e os valores associados às trocas, motivação que justifica plenamente o uso da expressão *‘moedas sociais’*.

De fato, vários são os clubes de trocas, Bancos Comunitários de Desenvolvimento ou movimentos ligados à chamada economia solidária que vêm utilizando tais instrumentos como estratégias de desenvolvimento local ou alternativas de geração de trabalho e renda. Também no âmbito da economia da cultura, várias experiências podem ser contabilizadas, sendo o Cubo Card (rebatizado, posteriormente, de Fora do Eixo Cards) do circuito Fora do Eixo uma das que mais visibilidade e discussão gerou.

Criado em 2004 pelo grupo cultural Espaço Cubo – e depois generalizada pela rede Fora do Eixo (FdE) que não somente adotava tal instrumento bem como incentivava os coletivos que compunham a rede a emitir suas próprias moedas –, tal “moeda” surgia como uma forma “criativa” de lidar com a escassez de recursos financeiros e a necessidade de renumeração de seus participantes e parceiros. Estimulava-se, assim, a circulação de serviços e produtos, com base numa remuneração equânime de todas as atividades aí desenvolvidas.⁷ Por não se tratar, entretanto, somente de estimular a troca de serviços e produtos, mas por se constituir, também, como meio de pagamento e “medida do valor dos serviços”, tais moedas começam a trazer para si questões econômicas e financeiras inerentes às moedas oficiais, muitas vezes de difícil solução sem uma articulação estrita com o sistema monetário do país.

Veja-se, por exemplo, a importante questão do lastro dessas moedas – oriundo, no caso do Fora do Eixo Cards das verbas (em Reais) angariadas pelos patrocínios e, principalmente, de editais públicos de

financiamento da cultura e, no caso da moeda criativa idealizada por Gilson Schwartz por meio de uma hipotética apreensão de mercadorias feitas pela Receita Federal e, a necessidade de controle estrito dessas moedas sob o risco de se cair em *subprime*. Nas palavras de Capilé, um dos idealizadores do Circuito Fora do Eixo:

No começo, por sermos desorganizados, sem contato ainda com a economia solidária, não sabíamos o que era lastro – a gente achava que estava tendo uma ideia genial, que talvez não existisse em nenhum outro lugar. Por falta de pesquisa mesmo da nossa parte, no primeiro momento a gente distribuiu muito mais moedas do que poderia. Então, no início de 2004, rolou nosso subprime. Tínhamos 150 mil Cards na rua, e não tínhamos condições de pagar. Tivemos que trazer a iniciativa privada para perto, e aumentar o número de pessoas. Foi ali que percebemos a importância de trabalhar coletivamente (CAPILÉ apud ARAGÃO; VILUTIS; COHN, 2013)

Ainda que, pela abrangência que o Circuito Fora do Eixo adquiriu e pela engenharia que articula os FDE Cards, como as várias outras moedas dos coletivos associados, pudéssemos supor uma espécie de “clube de trocas nacional” ela e as demais experiências de moedas alternativas culturais, mais ou menos bem sucedidas, podem ser incluídas, juridicamente, no conceito de moedas sociais circulantes locais,

Estruturadas por disposições contratuais para ficarem enraizadas numa comunidade isolada (territorial ou setorial) ou numa sub-região nacional, podendo, entretanto, abranger *sistemas de registros* que utilizam novas tecnologias da informação (meios eletrônicos) para realizar a compensação recíproca de créditos e outros tipos de experiências de finanças sociais ou solidárias. (COHEN, 2004 apud FREIRE, 2011, p. 44)

Essa não parece ser, entretanto, a vocação da proposta do indicador monetário proposto pela Iconomia. Ainda que se valha de práticas experimentadas na “economia solidária”, trata-se, aqui, da “recriação do

dinheiro”, da redefinição dos meios e processos de produção e consumo de bens e serviços audiovisuais. (SCHWARTZ, 2015, p. 167) Uma guinada conceitual cuja finalidade é “gerar e reconstruir infraestruturas, conteúdos e dinamismos voltados ao desenvolvimento do empreendedorismo criativo pleno de liberdade, fraternidade e diversidade”. (SCHWARTZ, 2016, p. 80)

Gilson permanece preso, aqui, ao fetichismo da moeda. Não há como esquecer a polêmica travada por Marx nos *Grundrisse* com o “proudhonista” Alfred Darimon que atribuía os problemas da crise vivida pela economia francesa ao sistema bancário e ao uso maléfico de metais preciosos como o dinheiro. Em relação a isso Marx (2011, p. 109) afirma:

Além disso, haveria de investigar, ou caberia antes à questão geral, se as diferentes formas civilizadas do dinheiro – dinheiro metálico, dinheiro de papel, dinheiro de crédito e dinheiro-trabalho (este último como forma socialista) – podem realizar aquilo que delas é exigido sem abolir a própria relação de produção expressa na categoria dinheiro, e se, nesse caso, por outro lado, não é uma pretensão que se autodissolve desejar, mediante transformações formais de uma relação, passar por cima de suas determinações essenciais? As distintas formas de dinheiro podem corresponder melhor à produção social em diferentes etapas, uma elimina inconvenientes contra os quais a outra não está à altura; mas nenhuma delas, enquanto permanecerem formas do dinheiro e enquanto o dinheiro permanecer uma relação social essencial, pode abolir as contradições inerentes à relação do dinheiro, podendo tão somente representá-las em uma ou outra forma. Nenhuma forma do trabalho assalariado, embora uma possa superar os abusos da outra, pode superar os abusos do próprio trabalho assalariado.

Mesmo admitindo a plasticidade do dinheiro e que uma forma mais desenvolvida pode evitar as “dificuldades” de uma forma menos desenvolvida; uma vez que, para Marx, a forma-dinheiro é uma necessidade lógica do sistema de produção e circulação de mercadorias – não apenas como um “facilitador de trocas” ao expressar de modo simples

e comum os valores de todas as mercadorias por meio de diversos representantes de si mesmo (PAULANI, 2009, p. 11), como sugere Gilson e boa parte da escola neoclássica, mas também, como promessa de pagamento de um compromisso ou dívida assumida e materialização social absoluta da riqueza em geral – esta surge como uma representação do valor, ligando-se, necessariamente, ao momento de sua produção e contradições inerentes à sua reprodução. Como assevera Marx (1985, p. 83): o dinheiro é a “[...] forma adequada de manifestação do valor ou materialização de trabalho humano abstrato”. Portanto, enquanto o valor de troca persistir como “forma social dos produtos”, a forma social dinheiro há de ser mantida, independentemente do substrato material ou “imaterial” – das senhas metálicas aos *tokens* digitais – por meio do qual venha se manifestar.

Afirmar, entretanto, a necessidade de uma ancoragem da forma-dinheiro na produção social do valor leva a uma ampla discussão e debates entre as diversas escolas econômicas quer sobre os suportes materiais mais adequados para a expressão desse valor, quer sobre a necessidade ou não de moedas com valor intrínseco e sua conversibilidade ou não.⁸ De qualquer modo, é certo que tal forma não representa o valor de maneira direta, pelo valor intrínseco de seu suporte físico, mas por meio de inúmeras mediações, que tanto teórica quanto historicamente levará o dinheiro a autonomizar-se, dando origem, por exemplo, aos títulos de crédito de direito privado ou moedas de curso forçado não conversíveis, àquilo que Eleutério Prado (2013, p. 144) denomina, por analogia ao conceito de capital fictício de Marx (capital que não mantém uma relação direta com o trabalho assalariado), de dinheiro fictício:

O dinheiro fictício é uma forma que adere a um material, o papel moeda, que funciona como uma mercadoria virtual. O seu ‘valor’ é socialmente válido, mesmo se não contém qualquer átomo da substância trabalho. A validade social desse valor, entretanto, é colocada em questão nos processos inflacionários que se tronaram endêmicos nas economias capitalistas contemporâneas.

Assim, sem querermos entrar na densa discussão sobre os fundamentos do dinheiro – se, por exemplo, seu descolamento da produção de valor é lógico, ontológico ou histórico –, cabe a observação de Eleutério Prado (2016, p. 7) de que “é preciso considerar com ênfase renovada que o capital existe sob duas formas: como capital funcionante que se alimenta da geração de mais-valor junto aos processos de produção de mercadorias e como capital fictício que existe como antecipação de valorização futura”. E que o desenvolvimento histórico do capitalismo, que levou à hegemonia do capital fictício, conferirá ao Estado e suas políticas monetárias e aos bancos centrais o inaudito papel de ancoragem dessas moedas e manutenção do funcionamento em alto nível do capitalismo. (PRADO, 2016, p. 10)

Ainda que possamos admitir o caráter fictício das moedas criativas – e que, nesse sentido, elas não possam funcionar como equivalente geral –, elas requerem, para funcionarem como moedas, não apenas validação social, mas, necessariamente, a ancoragem do sistema monetário e do Estado capaz de lhes garantir lastros institucionais e jurídicos. Mais, se, como sugerimos, elas têm influência direta no alto funcionamento do sistema é de se supor o controle estrito e restritivo dos bancos centrais em suas emissões, circulação e transações.

Se, portanto, a função da moeda ultrapassa a de meio de troca e padrão de valor, servindo, em sua forma autonomizada, de meio de pagamento e estoque de riqueza⁹ (ainda quando somente as moedas possam cumprir essa última exigência), não somente a questão do lastro (das reservas compulsórias e voluntárias mantidas pelo órgão emissor) é fundamental, mas, não sendo as moedas alternativas, sociais ou criativas, propriamente moedas, o problema da sua liquidez, volatilidade e convertibilidade a moedas de curso legal sobressaem e devem, portanto, serem encarados com a seriedade que o assunto requer. Não queremos com as observações precedentes vaticinar a não sustentabilidade de tal projeto, mas tão somente chamar a atenção para alguns aspectos que ultrapassam a boa intenção de seus moedeiros.

O outro lado da moeda

O fluxo de moedas criativas em circuitos de predominância do trabalho cultural pode encobrir um outro aspecto desse jogo, que cabe ser melhor compreendido. Se, por um lado, enfatiza-se tanto a centralidade da aplicação do conhecimento e comunicação para a dinamização de mercados – como motor da inovação e valorização da produção de bens materiais ou imateriais –, por outro, por que é justamente nesses setores que tanto se tem experimentado o uso de moedas alternativas como forma de remuneração das atividades realizadas?

É sabido que a cada dia mais, empresas e corporações de diferentes ramos se preocupam com o investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) visando elaborar projetos, produtos e serviços inovadores. É de se notar também, o empenho desses empreendimentos em buscar alternativas para formulação de ideias e produtos através da relação cooperativa de seus clientes/consumidores/usuários, que impulsionem a melhoria e maior comercialização de suas produções. Com esse fim, muitas têm sido as experiências em se articular o uso das tecnologias digitais e as redes sociais para estreitar a relação com os clientes; entre as quais destaca-se o *crowdsourcing* – junção dos termos, em inglês, *crowd* (multidão) + *source* (fonte) –, prática que consiste em um chamado aberto por empresas ou instituições para terceirizar funções, antes executadas por especialistas, a uma rede indefinida e geralmente grande de pessoas. (HOWE, 2006)

Uma pesquisa elaborada pela empresa de consultoria americana McKinsey (2016)¹⁰ sobre a evolução no uso das tecnologias sociais pelas empresas, realizada com 2.700 executivos globais ao longo dos últimos 10 anos (entre 2005 e 2015), apontou três fases distintas e progressivamente mais sofisticadas na utilização dessas ferramentas. Em um primeiro momento, empresas da amostra iniciaram o uso de plataformas sociais, tais como *YouTube*, para expandir seu mix de *marketing* a fim de atrair consumidores mais jovens. Depois, mudaram o foco para estimular a colaboração, coletar *insights* ou gerenciar conhecimento de

forma sistemática. Mais recentemente, o documento indica que o uso de tecnologias sociais ampliou seus objetivos para a catalisação e a co-criação das estratégias das organizações. No que diz respeito aos benefícios propiciados, a pesquisa salienta a redução de custos para as empresas – mediante, por exemplo, a otimização da comunicação interna e o uso de vídeo e plataformas de compartilhamento de conhecimento para comunicar-se remotamente com os clientes, em vez de viagens dispendiosas para encontrá-los. Em suma, a multiplicação das possibilidades de uso dos canais de comunicação teria impulsionado melhorias no processo, tais como a redução do tempo de comercialização e melhoria da qualidade dos produtos e serviços.

A primeira constatação diante dessa dinâmica é a de que os tempos de produção foram estendidos para momentos da vida que não estão diretamente subordinados ao comando do capital, não sendo percebidos, portanto, como processos laborais. Ademais, a capacidade produtiva, sobretudo de informações e conhecimentos tácitos, de todos os indivíduos conectados passa a importar para as empresas, independente de serem especialistas, profissionais ou amadores. O fato de consumidores/usuários das tecnologias digitais colaborarem com instituições privadas de variados ramos e portes, durante, muitas vezes, seu tempo livre (intervalos de dispersão ou descanso do trabalho formalizado, em momentos de lazer ou nos deslocamentos pela cidade através dos aparelhos móveis) pode ocultar a natureza laboral dessas atividades que não possuem, na maioria dos casos, vínculos efetivos de trabalho com essas organizações. Entretanto, empresas que se utilizam da interatividade *on-line* como fonte para inovação e aperfeiçoamento de seus produtos têm conseguido cada vez mais rentabilizar e reduzir seus custos ao repassarem gastos correspondentes a estas tarefas para o trabalho colaborativo da multidão, que pode ser aproveitado direta ou indiretamente por elas. Nessa relação, em boa parte dos casos, não se estabelece nenhum tipo de remuneração em espécie para esses colaboradores difusos; em outra, alega-se que a retribuição consiste na própria melhoria

dos serviços ou produtos oferecidos. A colaboração, portanto, apesar de revestida de feições democráticas – ao estimular a participação do cidadão-consumidor na própria produção de conteúdos –, mobiliza interesses lucrativo-comerciais das empresas “inteligentes”, “inovadoras” e “criativas”.

Calcar o ponto de observação apenas na aparência da questão leva, invariavelmente, a exaltação das possibilidades transformadoras dessas relações, como atesta o seminário organizado pelo grupo Cidade do Conhecimento sobre a “reinvenção do dinheiro e as moedas criativas”. Pesquisadores presentes no evento destacaram diversas experiências de *crowdsourcing* e redes colaborativas como o despontar de um novo paradigma econômico e social, no qual a produção de conhecimento a partir das universidades poderia ser melhor absorvida para a sociedade se estimulada por políticas públicas, em perfeita simbiose com os processos produtivos de empresas e entidades do terceiro setor. Todavia, é preciso ponderar qual pode ser o papel das atividades realizadas por essa “inteligência coletiva” ou pelos usuários-produtores na dinâmica de valorização do capital. Interessa, nesse caso, tentar compreender como as novas dinâmicas produtivas afetam o processo de trabalho cultural, tema que suscita um vasto debate no campo econômico, pois trata-se de apreender possíveis especificidades da etapa contemporânea do capitalismo.

Não é o caso aqui se alongar nestas análises, mas vale destacar que, para um bom número de autores, a atividade digital dos usuários de internet vem se constituindo como expressão contemporânea de trabalho explorado – apesar de haver muitos debates quanto à maneira que o capital se apropria e subordina as capacidades produtivas desempenhadas neste ambiente. Pasquinelli (2010), por exemplo, ao analisar o mecanismo *PageRank* da empresa Google, argumenta que a empresa seria “uma máquina para capturar tempo e trabalho vivos e transformar a inteligência geral social em valor de rede”. O novo estágio do capitalismo, de que a Google seria o modelo e a forma mais avançada, caracterizar-se-ia

por um sistema exploratório baseado na extração rentista de riquezas produzidas pela inteligência social geral.

Quando falamos de empresas e grandes corporações que estimulam a colaboração de seus consumidores/clientes/usuários; trabalhadores formais da indústria cultural e usuários-produtores (amadores ou profissionais) dispersos nas redes, faz-se necessário compreender melhor as clivagens internas do que já foi chamado de “classe criativa”. A diferenciação mais ampla, que inevitavelmente precisa ser traçada, é entre aqueles que trabalham e aqueles que se apropriam do trabalho alheio. Do ponto de vista da apropriação desse trabalho temos, obviamente, os proprietários e acionistas das grandes empresas e corporações de diferentes setores que se apropriam direta ou indiretamente do trabalho das multidões de usuários. Nesse ponto, estaria situado, além de empresas que terceirizam seu setor de P&D as corporações que trabalham especificamente com tecnologias de informação e comunicação como Google, Facebook, Spotify, Deezer, Netflix, grandes empresas de jornalismo, entre outras. Do ponto de vista de quem trabalha – é preciso considerar, para além dos trabalhadores culturais formais, uma grande parcela de produtores culturais, artistas etc., que precisam cada vez mais se empreender, se virar, fundar empreendimentos alternativos, para não ficar de fora do mercado. Em busca de acumularem produções que recheiem seus currículos e portfólios, muitas vezes esses profissionais aceitam trabalhar em situações adversas ou mesmo sem remuneração para conquistar uma rede de contatos mais vasta e ampliar suas possibilidades de contratação ou remuneração melhores para seus trabalhos.

Porém, há que se diferenciar ainda, no que diz respeito à formalização de novos empreendimentos criativos, pequenos empresários ou antigos profissionais liberais, que atentos à dinâmica interativa das redes, têm forjado novos modelos de negócios baseado na distribuição e compartilhamento de conteúdos em uma dada comunidade de colaboradores. Nesse caso é possível tomar como exemplo pequenos *blogs* e *sites* fundados por jornalistas profissionais que contam com uma

comunidade de leitores-colaboradores, como a revista *Viração*,¹¹ ou ainda, a proposta de coletivos culturais como o *Fora do Eixo*,¹² que sobrevivem, muitas vezes, da captação de recursos públicos ou privados, seja via editais ou fomentos e mesmo doações. Esses empreendimentos alternativos que engajam pessoas a participarem e formar sua rede de colaboradores, acabam por utilizar essas mesmas redes como moeda de troca para negociar o financiamento de seus projetos. Quanto maior o grau de envolvimento e fidelização, o tamanho e interatividade advindos dessas relações, maiores são as chances de angariar recursos que sustentem a sobrevivência de seus idealizadores e a infraestrutura, geralmente enxuta, desses novos empreendimentos.

Isso porque não são apenas os setores de *marketing* das empresas que estão interessados em anunciar nessas redes ou os idealizadores desses projetos sempre interessados em vender a atenção de seus colaboradores para essas agências. Muitas políticas públicas, através de fomentos e editais voltados para o estímulo de produções culturais engajadas socialmente ou especificamente para forjar empreendedores criativos nas redes digitais têm como alvo essas iniciativas nascidas do seio da sociedade civil organizada ou de pequenos coletivos culturais. Não é à toa que boa parte da verba de coletivos como o *Fora do Eixo* advém de prêmios e editais. As instituições privadas, como bancos ou grandes empresas, através de seus setores sociais, também investem por essas vias nesse tipo de iniciativa. O MinC, por exemplo, anunciou que abrirá um novo “edital para jovens criarem canais culturais de vídeos na web”. (GIACOMELLI, 2017) Ademais, a importância do Programa Cultura Viva e dos Pontos de Cultura, criados pelo ministério quando da gestão de Gilberto Gil e Juca Ferreira, é fundamental para constatar o interesse governamental em fomentar iniciativas de coletivos culturais em geral e no âmbito da cultura digital.

Do ponto de vista desse “novo empresariado da cultura”, não se trataria de comercializar suas redes numa lógica que vise apenas o lucro, mas sim se engajar em projetos sociais e culturais que façam sentido

para uma dada comunidade. Contudo, dependem dos esforços de uma grande maioria de indivíduos engajados – seja apenas na fruição de participar de projetos que considerem importantes social ou culturalmente, seja no intuito de adquirir experiência, contatos e, possivelmente, novas *changes* de se empenharem em outros projetos mais rentáveis ou se inserirem formalmente no mercado. Aquilo que Boltanski e Chiapello (2009) chamaram de “novo espírito do capitalismo” que, fundado num novo modelo de gestão empresarial dos anos 1990, reformulou as formas de engajamento das pessoas conforme a intermitência dos projetos:

As pessoas não farão carreira, mas passarão de um projeto a outro, pois o sucesso em dado projeto lhes possibilitará acesso a outros projetos mais interessantes. Como cada projeto dá oportunidade de conhecer novas pessoas, há possibilidade de ser apreciado pelos outros e, assim, poder ser chamado para outro negócio. Cada projeto, diferente, novo e inovador por definição, apresenta-se como uma oportunidade de aprender e enriquecer competências que se tornam trunfos na busca de outros contratos. (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 125)

Obviamente que esse pequeno e novo empresariado cultural não obtém as mesmas vantagens financeiras que as grandes corporações e empresas consolidadas aludidas no item acima. Todavia, é imprescindível diferenciá-los dos produtores autônomos dispersos e empreendedores criativos de si mesmos, que buscam nesses projetos uma porta de entrada que pague suas contas. No caso desses últimos, estamos falando de produtores precários, que muitas vezes nem reconhecem suas atividades como trabalho, mas sim envolvimento ou engajamento numa determinada causa ou área. E é exatamente dessa relação, que mistura atividades laborais e engajamento social no tempo livre ou no intervalo entre conseguir um novo emprego, que a sustentabilidade de projetos alternativos com recursos escassos ou pré-fixados sobrevive. São os esforços desses produtores os responsáveis por multiplicar as redes, conhecimentos, ideias, projetos inovadores e, muitas vezes, receber em

troca apenas reconhecimento, experiência e um novo leque de contatos. É nesse ponto que podemos situar a possibilidade de moedas alternativas como forma de remunerar esses colaboradores, como faz o coletivo Fora do Eixo (MACIEL, 2015) e como projeta fazer o grupo de pesquisa Cidade do Conhecimento por meio das moedas criativas.

No outro polo desses negócios sociais, os idealizadores dessas iniciativas, apesar de também trabalharem intensamente e, muitas vezes, por meio de formas flexíveis de trabalho – horários estendidos para todos os poros da vida e remunerações indeterminadas – poderiam se configurar como um novo empresariado cultural na medida em que gere, controla e retira recursos desses novos empreendimentos, numa clara organização e divisão do trabalho. É necessário, contudo, sempre observar caso a caso as formas organizativas de produção dessa nova modalidade de negócios e as clivagens que pode suscitar.

As consequências desse quadro reforçam condições precárias de trabalho, já velhas conhecidas dos trabalhadores da cultura, uma vez que produzir em situações adversas é constitutivo do trabalho cultural. (MENGER, 2005) O acelerado crescimento do número de pessoas consideradas potencialmente produtores culturais (em postos formais ou informais); a ínfima participação do trabalho formalizado e a predominância de vínculos de trabalhos precários, intermitentes etc., aumenta a concorrência e rebaixa drasticamente as remunerações desses profissionais, além da constante flexibilização dos contratos ou até mesmo por meio de diferentes formas de apropriação de seus esforços.

Outra pesquisa realizada pela McKinsey¹³ sobre o futuro do trabalho e o modo como a tecnologia vai afetar os empregos aponta um cenário de incertezas consideráveis em paralelo aos potenciais benefícios. De acordo com o relatório, o desenvolvimento da automação, possibilitado por tecnologias que incluem robótica e inteligência artificial, traz a promessa de maior produtividade, maior eficiência, segurança e conveniência. Por outro lado, existe uma crescente polarização das oportunidades de mercado de trabalho entre os empregos de alta e baixa qualificação, o

desemprego e o subemprego (especialmente entre os jovens) e a estagnação dos rendimentos das famílias, reforçando a incerteza se haverá empregos suficientes para todos. O cenário também levanta questões difíceis sobre o impacto mais amplo sobre o emprego, as qualificações, os salários e a própria natureza do trabalho. Muitas atividades que os trabalhadores realizam hoje poderiam ser automatizadas. Alguns sites estão mudando e expandindo as formas pelas quais os indivíduos procuram trabalho e as empresas identificam e recrutam talentos. Trabalhadores independentes estão cada vez mais oferecendo seus serviços em plataformas digitais como Upwork, Uber e Etsy. O que estaria desafiando ideias convencionais sobre como e onde o trabalho é realizado.

É dentro desse contexto que é preciso pensar a suposta necessidade de moedas alternativas para remunerar potenciais empreendedores criativos, sobretudo jovens, uma vez que a principal proposta é o desenvolvimento de “*games sérios*” para educação. Num contexto de aumento dos contratos temporários, flexíveis, precários, terceirizações e perda ou diminuição de direitos trabalhistas, projetos como o Moedas Criativas servem para treinar uma geração que precisa saber se apropriar do potencial interativo e produtivo das redes e tecnologias digitais para se empreender nesses novos tipos de trabalho – que podem ser realizados pelo compartilhamento de conhecimentos tácitos ou especializados por um público indefinido, distribuído e difuso em redes de colaboração, resolvendo problemas, produzindo, contribuindo ou testando novos produtos ou serviços, melhorando-os e mesmo, avaliando-os – porém, sem nenhuma garantia de serem absorvidos formalmente pelo mercado de trabalho.

Desse modo, o projeto acaba por contribuir para a formação de uma força de trabalho disponível para o capital ou melhor, nos termos de Marx (1985, p. 209), de uma “superpopulação relativa”.

A lei segundo a qual uma massa sempre crescente de meios de produção, graças ao progresso da produtividade do trabalho social, pode ser colocada em movimento

com um dispêndio progressivamente decrescente de força humana – essa lei se expressa sobre a base capitalista, onde não é o trabalhador quem emprega os meios de trabalho, mas os meios de trabalho o trabalhador, de forma que, quanto mais elevada a força produtiva do trabalho, tanto maior a pressão do trabalhador sobre seus meios de ocupação e tanto mais precária, portanto, sua condição de existência: venda da própria força para multiplicar a riqueza alheia ou para a autovalorização do capital. Crescimento dos meios de produção e da produtividade do trabalho mais rápido do que da população produtiva expressa-se, capitalisticamente, portanto, às avessas no fato de que a população trabalhadora sempre cresce mais rapidamente do que a necessidade de valorização do capital. [...] dentro do sistema capitalista, todos os métodos para a elevação da força produtiva social do trabalho se aplicam à custa do trabalhador individual; todos os meios para o desenvolvimento da produção se convertem em meios de dominação e exploração do produtor, mutilam o trabalhador, transformando-o num ser parcial, degradam-no, tornando-o um apêndice da máquina; aniquilam, com o tormento de seu trabalho, seu conteúdo, alienam-lhe as potências espirituais do processo de trabalho na mesma medida em que a ciência é incorporada a este último como potência autônoma; desfiguram as condições dentro das quais ele trabalha, submetem-no, durante o processo de trabalho, ao mais mesquinho e odioso despotismo, transformam seu tempo de vida em tempo de trabalho [...] Segue, portanto que, à medida que se acumula capital, a situação do trabalhador, qualquer que seja seu pagamento, alto ou baixo, tem de piorar. Finalmente, a lei que mantém a superpopulação relativa ou exército industrial de reserva sempre em equilíbrio com o volume e a energia da acumulação prende o trabalhador mais firmemente ao capital do que as correntes de Hefáisto agrilhoaram Prometeu ao rochedo. Ela ocasiona uma acumulação de miséria correspondente à acumulação de capital.

Na impossibilidade de absorção dessas multidões de produtores culturais pelo mercado, o projeto Moedas Criativas se apresenta como forma de remuneração simbólica que incentiva e aumenta a produtividade, diminuindo os custos de produção para as empresas, ao mesmo tempo em que forja uma comunidade de colaboradores que podem apenas

trocar entre si conhecimentos, preparando-se indefinidamente para reencontrar o lastro que pague suas contas.

O que muitas vezes é exaltado como potencial colaborativo das redes digitais e abertura mais democratizante de participação de consumidores-cidadãos, que agora passam a impor seus desejos, na verdade, é apenas a falsa aparência do funcionamento de um sistema que continua preservando, em suas formas de produção, processos de exploração cada vez mais intensos, fazendo dos atributos culturais um verdadeiro tubo de ensaio que constitui o novo laboratório de precarização e flexibilização do trabalho. A ideia de que o conhecimento e criatividade são o novo motor de uma economia baseada na produção cognitiva, colocando dificuldades às formas de medição e valorização, parece ser parte das formas encontradas pelo capital de se expandir para todas as dimensões da vida e conferir novo fôlego à sua dinâmica de valorização em tempos de crise.

Notas

- 1 “A criação de *spin-offs* acadêmicos é comumente associada à transferência formal ou informal de tecnologia ou conhecimento gerados em universidades para as empresas”. (SMILOR et al., 1990 apud LEMOS, 2008, p. 2) De acordo com Lemos, que estudou as *spin-offs* acadêmicas a partir de casos da Unicamp: “Devido à importância crescente do conhecimento como base para a produção de novos produtos, processos e serviços na economia moderna, a universidade passa a assumir um papel destacado no processo de inovação, agregando o desenvolvimento econômico às suas tradicionais missões de ensino e pesquisa, ou seja, o incentivo à criação de *spin-offs* acadêmicos e a formação de empreendedores integraram-se à realidade das universidades nas últimas décadas, sendo mais frequentes nas universidades de países desenvolvidos, e ainda incipientes nas universidades brasileiras.” (ARAÚJO et al., 2005 apud LEMOS, 2008, p. 3, grifo do autor)
- 2 Já em 2003, integrou a agenda de pesquisa do Instituto de Tecnologia de Informação (ITI) da Casa Civil da Presidência da República, tendo continuidade por meio de editais e patrocínios do Ministério da Cultura (MinC) e Funarte, BNDES, CEF, Banco do Nordeste, CNPq, Framework Program 7 da União Europeia, Unesco Rio+20, Fapesp – Researcher Links com British Council, Proac no Estado de São Paulo, assim como, Fundação Volkswagen, AMD Foundation, Mozilla, Fundação Telefônica, Santander Universidades.
- 3 “O projeto constitui-se de 20 miniconferências, gravadas em vídeo, cada uma com a duração de até 7 minutos”, como “contribuição para os debates no âmbito da Conferência das Nações

Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, Rio+20. [...] Os participantes expressam suas opiniões livremente, com abordagens pessoais sobre o desenvolvimento sustentável e as prioridades para o Brasil e o mundo” e foram provocados pelas seguintes questões: “1-) Qual é o seu conceito de sustentabilidade?; 2-) Como podemos tornar o mundo mais sustentável, tendo em mente as três dimensões da sustentabilidade - a econômica, a ambiental e a social – tanto no Brasil quanto no mundo?; 3-) Quais deveriam ser as prioridades e por onde devemos começar?; 4-) Qual é a responsabilidade do indivíduo na construção da sustentabilidade?”. (UNESCOBRASIL, 2012)

- 4 Mais informações em: < <http://www.gamesforchange.org/about/>>.
- 5 “Entende-se por ‘economia de plataforma’ aquela em que as ferramentas e modelos têm no poder da internet sua base. Essas plataformas de criação de valor digital “vão enquadrar e canalizar nossas vidas sociais e econômicas”. (KENNEY; ZYSMAN, 2015) “Plataformas” são estruturas (*frameworks*) que permitem a colaboradores (usuários, parceiros, fornecedores) realizar um leque de atividades, frequentemente criando padrões “de facto”, formando ecossistemas inteiros para criação e captura de valor. (GAWER; CUSUMANO; 2013; KENNEY; ZYSMAN, 2015) As plataformas estão associadas a “efeitos de rede”, ou seja, o seu valor é em função da audiência ou frequência em que são acessadas pelos usuários que geram inovações complementares, colaborativas e afetivas. (SCHWARTZ, 2016, p. 79)
- 6 De acordo com França Filho e Silva (2006) citado por Rigo (2014 p. 40): “a razão para a denominação ‘moeda social’ diz respeito ao fato de elas estarem a serviço das comunidades que as criam e implementam no intuito de elas apoiarem na resolução dos seus problemas sociais e econômicos. Para os autores, o adjetivo “social” reflete também um princípio (e ao mesmo tempo uma prática) no seio dessas experiências: o de controle social e político do econômico, exercido pela comunidade organizada. Para isso, o sentido de economia se pauta na sobreposição do social sobre a lógica mercantil. Ou seja, no sentido substantivo da economia. Este é o sentido que procuramos notar nas moedas sociais brasileiras nos BCDs e nos clubes de trocas espalhados em vários territórios do país”.
- 7 O valor do serviço é calculado pela quantidade de horas despendidas no seu processo de execução e não pela carga de conhecimento ou complexidade de execução que comportam.
- 8 É grande o debate, inclusive no Brasil, sobre o caráter convencional ou não do dinheiro, assim como sobre a natureza das moedas inconversíveis. Ver a esse respeito, entre outros, Carcanholo (2002), Corazza (2002), Germer (2013), Paulani (2009), Prado (2013), Rotta e Paulani (2009).
- 9 Vale aqui a observação de Dodd (1997, p. 22): “Uma vez aceito que nenhuma modalidade monetária moderna é capaz de preencher todas as funções monetárias potenciais, a tarefa de definir o dinheiro nesse contexto deve concentrar-se em duas funções específicas, a saber, a de meio de troca e a de reserva de valor. Todos os instrumentos financeiros e monetários, afinal, são expressos em uma unidade de conta abstrata. A relação entre essas duas funções, ou melhor, entre os graus de eficiência com que um determinado instrumento monetário ou financeiro as preenche, tende a ser inversamente proporcional”.
- 10 Disponível em: <<http://www.mckinsey.com.br/industries/high-tech/our-insights/the-evolution-of-social-technologies>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

- 11 No artigo intitulado: “Jornalismo por projetos? Engajamento, cidadania e novos modelos produtivos nas redes digitais”, Hilsenbeck Filho, Maciel e Oliveira (2016) analisam alguns projetos jornalísticos alternativos que podem ilustrar o funcionamento do que está sendo exposto no argumento apresentado aqui.
- 12 Uma análise sobre o funcionamento do coletivo Fora do Eixo (FdE) como parte do chamado “novo empresariado da cultura”, ver Maciel (2012). Ou ainda sobre a experiência específica da Mídia Ninja e FdE, ver Maciel (2015).
- 13 Disponível em: <<http://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/technology-jobs-and-the-future-of-work/pt-br>> Acesso em: 02 mar. 2017.

Referências

ARAGÃO, H.; VILUTIS, L.; COHN, S. Moeda social da cultura. *Revista Carbono*, n. 4, 2013. Disponível em: <<http://www.revistacarbono.com/wp-content/uploads/2013/09/Moeda-social-na-cultura-Helena-Arag%C3%A3o-Luana-Vilutis-e-Sergio-Cohn.pdf>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

CARCANHOLO, R. Sobre a natureza do dinheiro em Marx. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, Rio de Janeiro, n. 11, p. 33-37, dez. 2002. Disponível em: <<http://pt.calameo.com/read/000140749do6fee4646c7>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

CORAZZA, G. O dinheiro como forma do valor. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, Rio de Janeiro, n. 11, p. 28-32, dez. 2002.

BOLTANSKI, L; CHIAPELLO, E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2009.

DODD, N. *A sociologia do dinheiro: economia, razão e a sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

FREIRE, M. *Moedas sociais: contributo em prol de um marco legal e regulatório para as moedas sociais circulantes locais no Brasil*. 2011. 374 f. Tese (Doutorado em Direito)-Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2011. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9485/1/2011_MarusaVasconcelosFreire.pdf>. Acesso em: 1 mar 2017.

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

- GARCIA CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- GERMER, C. Marx e a teoria do dinheiro como mercadoria: fundamentos lógicos. *Crítica Marxista*, Campinas, n. 37, p. 9-25, 2013. Disponível em: <http://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/artigo295Artigo1.pdf>. Acesso em: 1 mar 2017.
- GIACOMELLI, F. MinC abrirá edital para jovens criarem canais culturais de vídeos na web. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10 mar. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1865406-minc-abrira-edital-para-jovens-criarem-canais-culturais-de-ideos-na-web.shtml>>. Acesso em: 10 mar. 2017.
- HILSENBECK FILHO, A.; MACIEL, D.; OLIVEIRA, T. Jornalismo por projetos: mobilização de redes e engajamento social. *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 14, n. 1, p. 72-88, jan./abr. 2016. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/view/14174/11077>>. Acesso em: 2 mar. 2017.
- HOWE, J. The rise of crowdsourcing. *Wired Magazine*, New York, jun. 2006. Disponível em: <<https://www.wired.com/2006/06/crowds/>>. Acesso em: 2 mar. 2017.
- LE MOS, L. M. *Desenvolvimento de spin-offs acadêmicos: estudo a partir do caso da UNICAMP*. Campinas, SP: UNICAMP, 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/n4lLTy>>. Acesso em: 1 mar. 2017.
- MACIEL, D. *Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista*. 2012. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- MACIEL, D. Mídia ninja e fora do eixo: reflexões sobre política e economia nas redes digitais. *Revista Eptic*, Aracaju, v. 17, n. 3, p. 263-279, set./dez. 2015. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/viewFile/4314/pdf>>. Acesso em: 2 mar. 2017.
- MARX, K. *O Capital*. São Paulo: Nova Cultural, 1985, v. 1.

MARX, K. *Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2011.

MENGER, P-M. *Retrato do artista enquanto trabalhador: metamorfoses do capitalismo*. Lisboa: Roma Ed., 2005.

PASQUINELLI, M. O algoritmo do Page Rank do Google: um diagrama do capitalismo cognitivo e da exploração da inteligência social geral. 2010. Disponível em: <<http://uninomade.net/tenda/um-diagrama-do-capitalismo-cognitivo-e-da-exploracao-da-inteligencia-social-geral/>>. Acesso em: 2 mar. 2017.

PAULANI, L. A autonomização das formas verdadeiramente sociais na teoria de marx: comentários sobre o dinheiro no capitalismo contemporâneo. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 37., 2009, Foz do Iguaçu. *Anais eletrônicos...* Foz do Iguaçu: ANPEC, 2009. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/revista/vol12/vol12n1p49_70.pdf>. Acesso em: 1 mar 2017.

PRADO, E. Do dinheiro-ouro ao dinheiro fictício. *Economia e complexidade*. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://eleuterioprado.files.wordpress.com/2016/09/do-dinheiro-ouro-ao-dinheiro-fictc3adcio.pdf>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

PRADO, E. Da controvérsia sobre o dinheiro mundial inconversível. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, Rio de Janeiro, v. 35, p. 129-152, jun. 2013.

RIGO, A. *Moedas sociais e bancos comunitários no Brasil: aplicações e implicações, teóricas e práticas*. 2014. 339 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/tese_versaofinalcompleta_para_impresao_final.pdf>. Acesso em: 1 mar. 2017.

ROTTA, T. N.; PAULANI, L.M. A teoria monetária de Marx: atualidade e limites frente ao capitalismo contemporâneo. *Revista Economia*, Brasília, v. 10, n. 3, p. 609-633, set./dez. 2009. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/revista/vol10/vol10n3p609_633.pdf>. Acesso em: 1 mar. 2017.

SCHWARTZ, G. A cidade do conhecimento. Entrevista com Gilson Schwartz. *Revista Novos Olhares*, São Paulo, ano 6, n. 11, p. 29-33, jan./jun. 2003. Disponível em: <<http://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51381/55448>>. Acesso em: 2 mar. 2017.

SCHWARTZ, G. Princípios de iconomia. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Brasília, DF, v. 7, p. 1-14, dez. 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/110/109>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

SCHWARTZ, G. Cidade do conhecimento e a iconomia dos jogos com moedas criativas. *Organicom*, São Paulo, ano 12, n. 23, p. 160-179, 2º sem. 2015. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/898>>. Acesso em: 1 mar. 2017

SCHWARTZ, G. Iconomia, diversidade cultural e monetização lúdica na internet das coisas. In: HANANIA, L. R.; NORODON, A.T.(Org.). *Diversidade de expressões culturais na era digital*. Buenos Aires: [Teseopress], 2016. Disponível em: <<https://www.teseopress.com/diversidadedeexpressoesculturaisnaeradigital/wp-content/uploads/sites/350/2016/12/Diversidade-de-Expressões-Culturais-na-Era-Digital.pdf>>. Acesso em: 1 mar. 2017

SOARES, C. L. B. *Moeda social: uma análise interdisciplinar de suas potencialidades no Brasil contemporâneo*. 2006. 251 f. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/89433>>. Acesso em: 1 mar 2017.

UNESCO BRASIL. *Projeto +20 ideias para girar o mundo*. 2012. Disponível em: <<http://eventos.unesco.org.br/2oideias/index.php/o-projeto>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

Carreiras artístico-culturais e economia criativa: princípios, valores e tensões em processos de formação e profissionalização

*Mariella Pitombo**
*Frederico Barbosa***

Introdução

“A economia criativa precisa de pessoas malucas”, alardeava a manchete da entrevista realizada pela *Revista Exame* com John Howkings, consultor britânico considerado um dos gurus da chamada economia criativa quando da sua visita ao Brasil, em 2012, para participar de um seminário de design para o setor produtivo da moda. “Pessoas malucas”... de

* Professora do Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (CECULT/UFRB).

** Pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e professor de Políticas Públicas e Pensamento Social Brasileiro no Programa de Mestrado e Doutorado do Centro Universitário de Brasília (UNICEUB).

imediatamente saltou aos olhos tal adjetivo quando nos deparamos com a entrevista, pois servia de alegoria para o fenômeno que se quer aqui analisar: os requisitos profissionais exigidos para atender a uma dinâmica econômica em mutação, cujo eixo, segundo especialistas, se sustenta em torno da criatividade. No decorrer da entrevista, Howkins explicita os termos do que considera “ecologia criativa” para dar conta do que acredita ser a emergência de “novo sistema produtivo” cuja dinâmica se ordena pelo florescimento de novas ideias. Outros autores, a exemplo de Jane Jacobs, na mesma linha de raciocínio, o que depois seria seguido por Richard Florida (2004), com reconhecimento da inspiração, já havia enfatizado a importância dos contextos urbanos, das condições culturais de interação e das sociabilidades abertas para o florescimento da criatividade.

Desde que a chamada economia criativa começou a se configurar como mais uma metáfora para adjetivar as transformações do capitalismo contemporâneo,¹ que por sua vez, se reorganiza a partir da inclusão de fatores produtivos de natureza simbólica, um conjunto de ideias e valores veio a reboque para lhe predicar. Assim, ideias como: criatividade, inovação, autonomia, flexibilidade, empreendedorismo são constantemente acionadas para qualificar a consolidação de um modo de organização econômica que vem se estruturando fortemente na expansão do domínio estético/cultural. (LIPOVESKY; SERROY, 2015) Interessante notar é que tal ideário brota a partir de categorizações nativas forjadas pelos próprios agentes, Estado, organismos internacionais, agências de desenvolvimento, *think tanks*, consultores etc., que estruturam o sistema produtivo da chamada economia criativa.

Nesse compasso, foram sendo criadas demandas de profissionalização de carreiras artístico-culturais como que impulsionadas e justificadas pela necessidade de atualização perante as alterações das dinâmicas produtivas em curso. Recentemente no Brasil, tem-se registrado um progressivo crescimento de cursos e mesmo escolas especializadas em economia criativa.

O interesse desse artigo é analisar em que medida valores que tradicionalmente qualificam o trabalho artístico dialogam ou tencionam com as disposições reivindicadas pela economia criativa mediante a análise dos valores que orientam não apenas as práticas cotidianas, mas também as ações pedagógicas que envolvem formação e capacitação no espaço das artes e depois, por extensão, da economia criativa.

Trabalho artístico: valores e singularidades

Como já se sabe, o artista, tal qual o conhecemos hoje, é um sujeito histórico relativamente recente. Ainda que a autonomia da consciência do artista e da arte já desponte como conquista da cultura burguesa no Renascimento, é somente no bojo do movimento romântico europeu no século XIX que a ideia moderna de artista se consolida. (WRANKE, 2001) Geralmente identificado por uma individualidade idiossincrática, provida de dons e talentos extraordinários, florescidos ainda na tenra infância, a figura do artista foi sendo construída pelo imaginário cultivado pelo romantismo cujo legado é a identificação do artista à imagem do gênio criador, excêntrico, à frente do seu tempo, incompreendido e inconformado.²

Nas ciências sociais e humanas já se elaborou um expressivo volume de conhecimento, seja de viés filosófico ou sociológico, orientado para se construir uma ontologia da figura do artista, ou para se pensar o seu papel social e ainda os modos de produção social desse sujeito. Tal legado teórico ajudou tanto a reiterar a noção mitológica da figura do artista (a ideia de gênio criador de Kant, por exemplo) bem como, por outro lado, ofertou outras possibilidades interpretativas sobre a construção social da genialidade como o fez Norbert Elias (1995) ao traçar a trajetória de Mozart, matizando assim o caráter de imanência ao gênio predestinado, para enfatizar o processo social (numa dimensão micro e macrosociológica) que tornou possível a existência de uma figura de tamanha excepcionalidade.

Para os propósitos desse artigo, interessa realizar uma análise dos valores que vigoraram e que estão presentes ainda hoje na conformação do imaginário da figura do artista, e por extensão, sobre o trabalho artístico Seguindo as pegadas de Nathalie Heinich (2005), a análise dos valores, para além da sua dimensão normativa, serve-nos aqui como matéria a ser descrita e analisada, uma vez que eles denotam características próprias às sociedades, servindo assim de indicador para compreensão de determinadas dinâmicas sociais.

Quando se imagina o ofício do artista geralmente nos vem à mente a imagem de seres dotados de talento quase místico, respondendo a uma espécie de chamamento (*vocatio*) divino e que lhes cabe dar vida as suas criações como que guiados por um ato de inspiração quase epifânico. Evidentemente, essa é uma caricatura que exagera na figura para realçar determinados traços. Como se sabe, são poucos os artistas hoje que descrevem sua prática de criação aos moldes da caricatura acima descrita. Ao contrário, virou quase um truísmo reconhecerem o seu ofício na fórmula “90% transpiração e 10% inspiração”. Contudo, a questão de uma quase inevitabilidade da vocação aponta pra uma compreensão do trabalho como uma missão, como um caminho de autorrealização e de intensa satisfação pessoal. Imagem forjada no movimento romântico, o “tipo vocacional” do artista,³ nos termos de Heinich, foi uma figura histórica que manteve regularidade e não à toa povoa o imaginário social ainda hoje. Mas não resta dúvida de que a imagem do sujeito criador e inovador ainda marca dia criticamente o *status* social do artista. Como observa Pierre-Michel Menger (2009), sociólogo francês especializado no trabalho artístico, na história social das artes, o artista é tratado como um inovador numa dupla dimensão: estética e social, isto porque é capaz de mobilizar novas aspirações sociais e visões de mundo, reforçando assim da ideia de artista *avant la lettre*, uma espécie de antena que capta os sinais e antecipa tendências de um novo tempo que está por vir.

Mas se ainda permanece uma certa romantização no que se refere à dimensão ontológica do artista, no que concerne ao modo de

organização do fazer artístico sua especificidade pode ser interpretada tanto numa perspectiva positiva quanto negativa, a depender da lente com a qual se escolha observar. Grosso modo, o mercado de trabalho artístico é identificado pela autonomia do artista, sujeito livre das constrictões e hierarquias que organizam o mundo corporativo, portanto dono do seu tempo e que goza de certa liberdade para poder conduzir a sua criação; pelo dinamismo na configuração das relações trabalhistas, uma vez que são atividades geralmente desempenhadas por empreitadas (ou por projetos) e que portam um alto índice de rotatividade (o grau de substituição que um elenco de uma companhia teatro pode passar é um exemplo); por uma alta variação salarial entre os trabalhadores e renda desigualmente repartida (a disparidade salarial entre os artistas é facilmente identificada pela expressiva desigualdade dos ganhos obtidos entre artistas de renome e os demais sem tamanha evidência, por exemplo). Como observa Menger (2009), o mercado do trabalho artístico é idiossincrático porque seus indicadores mais importantes (salários, relações contratuais, formação, distribuição de renda) sofrem mais deformações do que a média da maioria dos outros mercados laborais. Na verdade, essas atividades, apesar do seu peso e participação no conjunto do mercado de trabalho, se caracterizam pela reduzida formalização e pela predominância do trabalho intermitente. No Brasil, por exemplo, as atividades relacionadas à economia cultural cresceram 75% entre 2003 e 2014, enquanto as atividades artísticas e de espetáculo cresceram 86%. (IBGE, 2002, 2014)

Ainda assim, tal cenário não é o suficiente para comprometer o glamour que paira sobre o *métier* artístico. Ao contrário. A principal tese do sociólogo francês é a de que o trabalho artístico é modelado pelo princípio da incerteza, condição essa que se torna a fonte de satisfação a ser obtida pelo resultado do trabalho a ser realizado (porque imprevisível), ao mesmo tempo em que se apresenta como uma prova a ser enfrentada. Menger (2009) desenvolve então seu argumento ao postular que o trabalho artístico é marcado pela imprevisibilidade na medida

em o artista inicia seu ato de criação sem saber exatamente como terminará, ou seja, a incerteza é a condição para invenção criadora e para inovação. Nesse sentido, o trabalho artístico se distingue dos demais por portar uma alta dose de risco, de incerteza, de imprevisibilidade, distanciando-se assim de atividades meramente rotineiras, burocráticas e previsíveis. Segundo ainda o autor, é nesse ponto, qual seja de distanciamento da rotina, que reside o teste a ser enfrentado pela atividade artística. Mas, como que num tom quase que idealizador e mistificador da criação artística, Menger (2009) afirma que é a incerteza mesma que concede ao trabalho artístico a “espessura de humanidade” e seus altos índices de satisfação. Mas seriam mesmo esses traços atributos exclusivos dos artistas?

Talvez resida nesse princípio da incerteza a fonte do charme e da originalidade que atravessa o mundo da criação artística e que o torna tão atraente a ponto de ser tomado como modelo ideal para o modo de organização do trabalho contemporâneo. Guiado pela imprevisibilidade e pela experimentação, portanto avesso à rotinização dos modelos clássicos de trabalho, o modo de organização produtiva orientado pela lógica da criação artística serve de matriz inspiradora para a defesa de ambientes de produção ideal para a criatividade, liberdade e realização profissional.

Mesmo que marcados por rupturas e ressignificações históricas, alguns valores acerca do fazer artístico parecem ter ganhado certa estabilidade e hoje são celebrados e requisitados pelas práticas profissionais das classes que constituem a chamada economia criativa. Criatividade, autonomia, inovação, flexibilidade, autorrealização são valores exemplares da matriz (pragmática e normativa) do trabalho artístico que prevaleceram historicamente e que hoje se constituem num quadro valorativo que orienta a ação dos trabalhadores que compõem a “economia criativa”. Parte-se aqui da hipótese de que o imaginário predominante acerca da natureza do trabalho das chamadas “classes criativas” ancora-se em grande medida nas habilidades e competências próprias ao fazer

artístico. Talvez não fosse exagero afirmar que as “classes criativas” são produtos de um processo social contemporâneo cunhado por Shapiro (2007) e Heiniche Shapiro (2013) de “artificação”. Movidas pelo interesse de desvelar o processo de mudança social mais amplo que aponta para o crescimento da atividade artística numa dinâmica marcada pela transformação da não arte em arte, as referidas autoras construíram um sugestivo modelo interpretativo para compreender o modo como pessoas, coisas e lugares ganham o *status* de artístico. O processo de valorização das chamadas “classes criativas” passam por procedimento similar na medida em que as habilidades da criação, inovação, originalidade, portanto típicos ao fazer artístico, são celebrados e invocados a ser desempenhados por esses profissionais. Ademais, o ideal da organização do trabalho artístico é também fonte de inspiração para os modelos que organizam a atividade laboral dos trabalhadores criativos. Como ressalta Shapiro (2007, p. 136):

[...] o ideal do trabalho artístico – autônomo, expressivo, exigente, fonte de realização pessoal – é um modelo cada vez mais invocado em uma sociedade em que o nível global de formação aumenta, a intelectualização das operações de produção é cada vez maior e as formas de exercício da autoridade se distanciam da estrita subordinação hierárquica.

Como veremos mais adiante, a dinâmica do trabalho que anima os mercados profissionais da economia criativa bem como o perfil dos profissionais, é fortemente inspirada pelos valores que constituem trabalho artístico. Nesse sentido, é um desafio reelaborar ou, pelos menos, recolocar os termos do debate.

Ser reconhecido como artista, contemporaneamente, significa invocar os valores que acabamos de descrever sumariamente, mas também impõe deslocamentos importantes no uso social daqueles valores. Em primeiro plano, as artes foram tematizadas no quadro das sociedades capitalistas e industriais; ser artista nesse contexto implicava em ressignificações da arte e do artista em relação ao que se imaginava sobre

o artista genial e expressivo de períodos anteriores, mas sobre as representações a respeito da arte liberada do seu peso econômico. O artista passou a se relacionar com a sociedade salarial (capitalista e industrial) e com a forte complexificação da divisão do trabalho de produção, circulação e difusão das atividades culturais, bem como da organização do trabalho cultural em unidades empresariais. A imagem do artista e da arte passa a deslizar por novas realidades da indústria e da organização da cultura.

Pode-se falar de um segundo plano que é o da reestruturação produtiva e financeirização das economias e, como desdobramento, da crise da sociedade salarial no contexto da mundialização das economias, das mudanças tecnológicas e da configuração de uma sociedade de serviços. Enfim, os valores relacionados ao artista são reapropriados para contextualizar mudanças na situação do trabalho. As novas economias exigem flexibilidade, multicapacidades, criatividade e forte senso de oportunidade a novos empreendimentos. Esses valores passam a ser associados não apenas ao artista, mas se estendem a trabalhadores criativos.

Entretanto, o assalariamento e a proteção do trabalho implicam processos de institucionalização das relações sociais pelo Estado e expressa certas condições dos mercados de trabalho. O trabalho flexível, sem carteira ou por conta própria, é uma característica do mercado de trabalho brasileiro, não é novidade e sempre caracterizou o mercado de trabalho cultural. Também não se pode dizer que a heterogeneidade é uma novidade contemporânea dos mercados de trabalho. Nossa hipótese, na linha de Richard Florida (2004), é que a “economia criativa” é um sintoma dessa heterogeneidade e ao mesmo tempo a articulação de representações a respeito de dinamismos das economias e que coloca desafios para a ação pública. As economias perderam o eixo do assalariamento como referência, típico de um capitalismo organizado, e passaram a lidar com economias de nicho, mercados segmentados e por novos mercados de atividade que mobilizam a criatividade, capital cultural, como fator de produção.

Economia criativa: discursos em trânsito

Muito tem sido escrito sobre economia criativa desde que o termo surgiu na década de 1990 e não é intenção desse artigo retomar este debate já relativamente consolidado, ainda que não consensual. É um conceito que já nasce sob o signo da imprecisão, sobretudo no quesito relativo à abrangência dos setores produtivos a serem contemplados nesse guarda-chuva conceitual. Mas se não há consenso sobre a definição do que seria a economia criativa, cabe ressaltar alguns aspectos sobre a produção de conhecimento daí originada para entender o caráter escorregadio desse “conceito-marca”, como bem cunhou Gibsone Klocker (2004).

O conceito de economia criativa, derivado da ideia de indústrias criativas, ampliação, por sua vez, do conceito de indústrias culturais, nasce primeiro no mundo institucional das políticas governamentais (australiana e inglesa) e migra para o campo acadêmico onde passa a conhecer um crescente exercício de formulação e ressignificação conceitual. Portanto, é uma categoria nativa que nasce do discurso tecido por agentes sociais vinculados ao mundo econômico e político, mas que, numa direção inversa, vem sendo apropriado e reelaborado pelo mundo acadêmico mediante a produção de uma profusa literatura especializada e a fabricação de especialistas-celebridades. O trânsito estreito estabelecido entre esses agentes sociais tem gerado um modo singular de circulação do conhecimento no qual o discurso e os conceitos que lhe são derivados (cidades, bairros, classes, clusters criativos) vêm sendo apropriados para usos políticos por governos mediante a implementação de políticas públicas na área da economia criativa.

Desse modo, é a partir desse quadro institucional que o edifício teórico acerca desse recente fenômeno vem sendo construído. Cabe ressaltar algumas definições do conjunto de especialistas emergentes. Reis (2008) apresenta um quadro sintético das tendências. Vejamos Richard Caves, por exemplo, restringe a economia criativa a apenas às clássicas indústrias culturais, às artes e ao entretenimento. John Howkings por sua vez, inclui além dessas, os setores ligados às novas tecnologias e a

vincula à questão da propriedade intelectual, num claro alinhamento à definição estabelecida por um agente social não acadêmico, qual seja o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) do governo britânico, um dos primeiros agentes a tecer, de forma normativa, o conceito. Já David Throsby o dilata mais um pouco, pois além de considerar a criatividade como dínamo da produção e dimensão da propriedade intelectual, o diferencia sutilmente dos demais autores ao postular que os bens e serviços criativos possuem significado simbólico. Mas haveria bens e serviços culturais destituídos de significado simbólico? Eis mais uma das ciladas que essa malha conceitual evoca... Richard Florida (2004), por sua vez, analisa a emergência dessa nova organização econômica, não a partir de setores produtivos (as indústrias), mas tomando como chave analítica da produção de classes, a partir de indicadores estatísticos concentrados no mercado de trabalho e delineado pelo fenômeno que ele cunha de “classes criativas”.

A literatura gerada sobre economia criativa, boa parte dela em forma de manuais voltados para boas práticas de negócios criativos, exorta o valor da criatividade (estampado em boa parte dos títulos) como uma espécie de ativo imprescindível para fazer girar a engrenagem dessa nova economia. Segundo os especialistas, a noção de criatividade nucleia, portanto, o *modus operandi* da chamada economia criativa. Para Richard Florida (2004), é a ascensão da criatividade humana o motor propulsor que fez mover os novos modos de organização econômica. Muitas vezes embaralhada com as noções de conhecimento e inovação, a criatividade, nos termos de Florida, é um elemento que os antecede, pois atua como uma espécie de dínamo que gera a produção de conhecimento e inovação, entendidos por ele como produtos que derivam da criatividade. Portanto há uma antecendência posta no valor da criatividade de uma vez que é considerada como elemento organizador das transformações sociais e econômicas experimentadas nas últimas décadas. Sob a ótica de Florida, estamos presenciando uma mudança nas estruturas produtivas, nas classes sociais e conformado por um *ethos* criativo que

reordena as motivações e disposições para o estabelecimento de certo tipo de relação valorativa com o trabalho e com os laços sociais. Já se assinalou a porosidade do conceito, tendo em vista que se se considerar a ideia de criatividade como todo o engenho da criação humana, pouco restaria a não ser abarcado por essa noção.

Os usos mais correntes da ideia de criatividade no contexto da economia criativa remetem à dimensão artística do termo, e na capacidade de inovação produtiva, seja de tecnologias, de processos ou de produtos, pois na sua maioria realçam a criatividade como um ato criador que porta invenção e inovação. Todavia, esse processo permite algo mais, ou seja, imaginar a “criativização” das relações econômicas e essas só podem ser explicadas pelas reconfigurações das formas de produzir que impressionam pelo grande número de agentes e pela crescente heterogeneidade, mesmo que tenham certo nível de interdependência funcional.

Os profissionais da economia criativa

Diante da flutuação conceitual que ronda a noção de economia criativa, definir as fronteiras dos campos profissionais que configuram essa nova economia acaba esbarrando na mesma questão da imprecisão conceitual que lhe origina. A partir do conceito de classes criativas, Richard Florida (2004) é o especialista que ofereceu um arcabouço analítico que tem servido de base para o debate em torno da questão da reorganização no mundo do trabalho a partir do advento da economia criativa. As artes, a profissão ou a ocupação artística são construídas no mundo moderno, sob o signo da criatividade, flexibilidade e adaptabilidade a contextos diferenciados. As transformações no mercado de trabalho passaram a interpelar valores semelhantes.

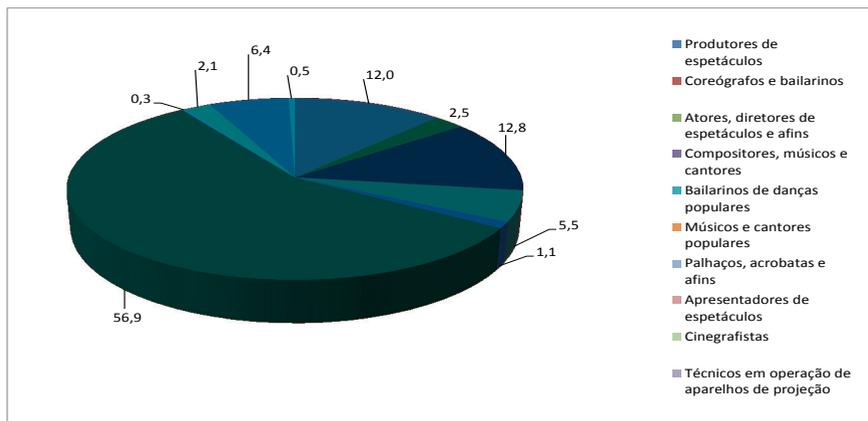
A via é de mão dupla. Os valores associados às artes – autonomia, flexibilidade e criatividade – que, no contexto da regulação das relações entre capital e trabalho (e da garantia de direitos sociais) ou do capitalismo organizado, eram negativamente identificados aos negócios, às

habilidades práticas gerenciais, aos valores e interesses do capitalista são agora estimulados a serem incorporados. Mas tudo isso não pode ser apresentado sem cuidados. Como já apontou Sennet (2009), esses valores positivos, podem vir associados com grande dose de sofrimento e insegurança existencial.

Nos termos de Richard Florida, a classe criativa é composta por um núcleo hipercriativo e dentro deste encontram-se as atividades relacionadas aos espetáculos.

A análise que segue, então recorta a classe criativa em um dos seus componentes, as artes do espetáculo. O Gráfico 1 apresenta a composição dos grupos sob foco.

Gráfico 1 – Composição das artes do espetáculo



Fonte: elaboração do autor com base na PNAD/IBGE (2013).

Em 2012, a PNAD registrava 201 mil pessoas trabalhando no Brasil (IBGE, 2013) em atividades de arte e espetáculos como ocupação principal. Do conjunto, 56,7% estavam no campo da música, 12,8% eram atores, diretores de espetáculos e afins e 12% eram produtores.

A característica básica das artes do espetáculo é a informalidade e a intermitência das atividades. Assim, 30% não tinham carteira assinada e 53% desenvolviam suas atividades por conta própria. 12% tinham carteira assinada, 0,9% eram funcionários públicos e 2,7% eram empregadores.

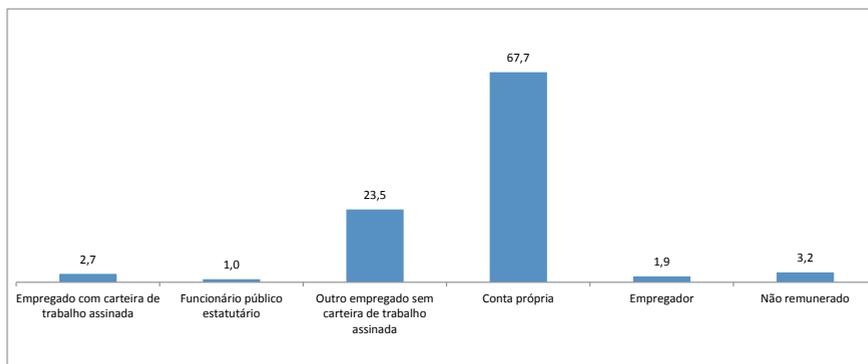
Se o indicador de gênero é um indicador da diversidade, pela presença de mulheres e da comunidade Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT) deve-se dizer que há sub-representação das mulheres (21%), contudo, não temos informações a respeito da identidade sexual dos trabalhadores e das trabalhadoras que compõem o nicho produtivo em foco. Os dados mostram ainda que os negros representam apenas 39,5% do total e 42% desse contingente é formado de jovens (18 a 29 anos).

No que se refere ao grau de escolarização, 28% dos trabalhadores das artes e espetáculos têm educação superior (completo ou não) e 41,8% tem ensino médio completo ou equivalente enquanto 22% ganha menos do que um salário mínimo e 29% ganha entre um e dois salários-mínimos.

Caso tomemos apenas o rol dos 56,7% envolvidos com a música, o termômetro da diversidade muda de temperatura. A participação dos negros sobe para 45% e a das mulheres cai para 9%. Não queremos relativizar esse último dado, mas sabe-se que as mulheres se dedicam em grande medida ao ensino da música e há grande participação delas no espaço cênico dos espetáculos (elas são 64% dos coreógrafos e bailarinos e 53% do componente das cênicas, segundo a PNAD).

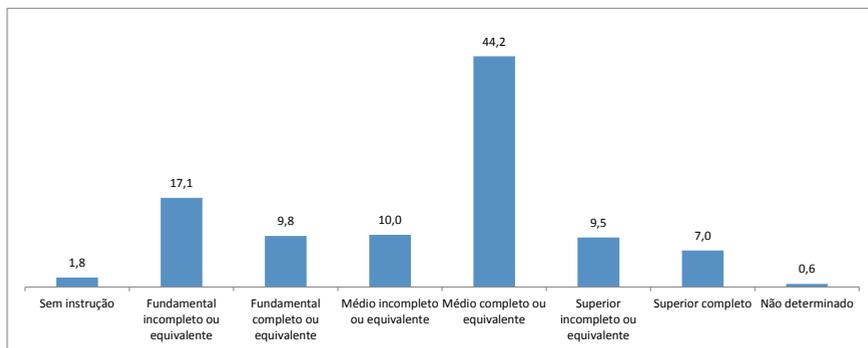
O Gráfico 2 mostra que o trabalho do músico é bastante desprotegido, possivelmente em decorrência do regime de trabalho que é intermitente e adquire formas muito diferenciadas tais como aulas de instrumentos, educação musical ou teoria, canto ou técnica vocal, casamentos com performances individuais e coletivas, performances, espetáculos e shows, composição, trilhas ou jingles, bares ou restaurantes etc. O percentual de trabalhadores estáveis ou protegidos é diminuto, o que é uma aproximação forte com a ideia da flexibilidade e autonomia, mas também com a inserção precária no mercado ampliado da música.

Gráfico 2 – Proteção legal do músico no mercado de trabalho



Fonte: elaboração do autor com base na PNAD/IBGE (2013).

Gráfico 3 – Escolaridade do músico



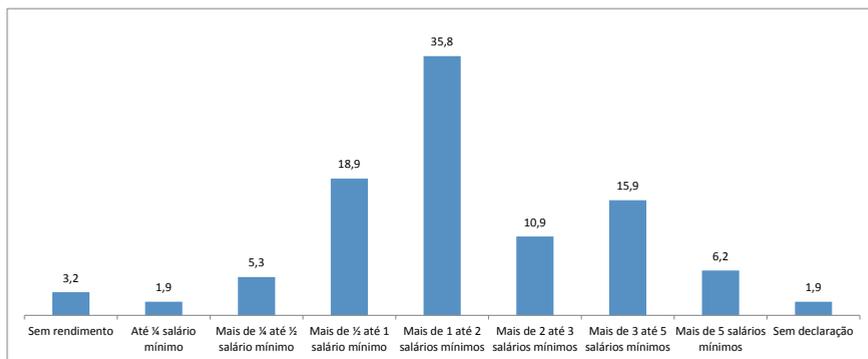
Fonte: elaboração do autor com base na PNAD/IBGE (2013).

Embora o exercício criativo da música não exija escolarização formal, afinal é um componente das práticas exercitadas e aprendidas nas tradições religiosas e culturais, ela oferece repertórios simbólicos e desenvolve não apenas disposições, mas redes de sociabilidade no âmbito

das atividades musicais. O percentual de pessoas com escolaridade superior é baixo, porém significativo (16,5% - superior incompleto e completo), participação próxima àqueles com menor escolaridade (19% - sem instrução e fundamental incompleto).

No que se refere ao rendimento, que poderia indicar certo capital econômico e, em decorrência, proteção e segurança existencial pela inserção nos mercados musicais, assinala-se que 10% recebem até 1/2 salário mínimo e 19% até um salário mínimo, o que perfaz um percentual significativo de musicistas com rendimentos baixos. O recebimento mais frequente é entre 1 e 2 salários mínimo (44,2%), como apresentado no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Rendimento do trabalhador musicista



Fonte: elaboração do autor com base na PNAD/IBGE (2013).

Como se vê, o trabalho no âmbito das artes e espetáculos tem características muito diversas e heterogêneas. O que é comum é a flexibilidade e a intermitência. Não há dúvidas que o trabalho nesse campo é criativo. As dúvidas aparecem quando vemos que a autonomia e flexibilidade podem ter um sentido negativo, ou seja, podem implicar não apenas em liberdade e possibilidades de invenção e autoinvenção, mas simplesmente precarização das condições de trabalho.

Nesse quadro, processos de qualificação, desenvolvimento de capacidades e formação no campo da música devem significar a ampliação não apenas de competências musicais e da internalização de múltiplos patrimônios de repertórios, mas de possibilidades de reorganização e da potencialização dos capitais sociais na forma de trabalho em rede.

Formação em economia criativa no Brasil

Tendo em vista que a chamada economia criativa envolve uma grande variedade de ocupações torna-se um desafio aqui delimitar suas fronteiras. Portanto, para tornar metodologicamente viável a análise do fenômeno que se quer aqui debruçar, optou-se pelo recorte em torno do fenômeno do surgimento de escolas recentes que orientam suas ações pela ideia-força da economia criativa. Evidentemente que a oferta de formação (em vários níveis, de técnico a superior) nos vários segmentos⁴ que conformam a economia criativa, já data desde há muito no Brasil. As formações nas várias linguagens artísticas (música, dança, artes visuais, teatro, letras) surgidas em sua maioria em meados do século XX, já tem consolidada trajetória no país. Entre as décadas 1990 e os anos 2000 começam a surgir no país cursos e carreiras que são correlatos ao campo artístico-cultural e que compõem hoje os diversos segmentos da chamada economia criativa, tal qual estruturado pelos esquemas normativos em vigor. Cursos tais como: tecnologias da informação, design, moda, gastronomia, produção e gestão cultural começam a florescer como resposta ao reordenamento de um mercado de trabalho em mutação, comparecendo assim como um indicador da complexificação da divisão social do trabalho que este campo vem passando ao longo das últimas décadas.

Na entrevista de Howkings (2012), o consultor suspeita que o Brasil ainda sofra de um déficit de “malucos” para poder galgar uma posição considerada satisfatória no ranking dos países que estão se sobressaindo no desenvolvimento das suas indústrias criativas. Estaria o Brasil

preparado para a formação dos “malucos” necessários para fazer rodar a engrenagem dos setores criativos no Brasil? Num dos raros planos de desenvolvimento para o setor elaborado pelo Ministério da Cultura (MinC) (BRASIL, 2011), a agenda da formação e profissionalização é vagamente apontada como um dos desafios a serem enfrentados pelo setor, seja pelo déficit de ofertas de qualificação, seja pelo tipo de formação. No documento o perfil do profissional ideal é brevemente delineado:

A construção de competências vai muito além da construção e difusão de conteúdos de natureza técnica, mas envolve um olhar múltiplo e transdisciplinar que integra sensibilidade e técnica, atitudes e posturas empreendedoras, habilidades sociais e de comunicação, compreensão de dinâmicas socioculturais e de mercado, análise política e capacidade de articulação. Este profissional, com este tipo de formação, ainda é pouco encontrado em nosso país. [...] Grandes artistas carecem de conhecimentos da dinâmica e dos fluxos dos mercados criativos. Por outro lado, poucos profissionais, integrantes das diversas cadeias produtivas, se encontram qualificados para se relacionar com os setores criativos. (BRASIL, 2011, p. 37)

O elenco de requisitos apontados pelo MinC, ainda que vagos, sinalizam para a necessidade de novas matrizes formativas que buscam atender as especificidades da dinâmica dessa nova economia. Nesse sentido, as competências exigidas parecem se orientar ao atendimento dos requisitos dos regimes de práticas que estruturam a economia simbólica.

Como é um fenômeno recente no Brasil, a emergência de escolas especializadas que se orientam pelo regime axiológico da economia criativa ainda é tímida, contudo cursos, escolas e formações de curta duração já começam a despontar pelo país. Manejando o *slogan* da economia criativa como espécie de promessa de um eldorado econômico a se realizar, a oferta dos cursos é feita, em sua grande maioria, por instituições privadas (não necessariamente de ensino superior), cujo ciclo de cursos é de curta duração, de caráter instrumental e técnico, com foco em segmentos econômicos vedetes, por assim dizer, tais como: design, moda,

animação, tecnologias para as artes em ambientes digitais, entre outros. Mas se o leque de formatos e tema desses cursos são variados, há um fio-condutor que os envolve num regime valorativo muito similar, a saber: a celebração da promessa da economia criativa como possibilidade de desenvolvimento econômico e social; a ênfase na criatividade como recurso decisivo na engrenagem do sistema produtivo e na inovação de produtos, processos e serviços; a valorização do empreendedorismo como regime de prática; e mais recentemente a ênfase posta em valores como “colaboração” e “compartilhamento”, decorrendo daí a conjugação de uma nova gramática⁵ que organiza normativamente os modelos gerenciais dos negócios criativos.

Para ilustrar empiricamente os pressupostos até agora discutidos, tomamos como estudo objeto de análise o caso da Escola Britânica de Artes Criativas (EBAC). Criada em 2016, sediada no bairro da Vila Madalena, na capital paulista, a escola tem como ênfase formativa a oferta de cursos na área de audiovisual, design e suas especialidades técnicas referentes, sobretudo, ao campo da criação voltado para jogos e plataformas digitais (animação, computação gráfica, ilustração, direção de arte digital etc.). A referida escola foi escolhida como estudo de caso por condensar uma série de elementos que, acredita-se aqui, ilustra o fenômeno eleito para análise, qual seja: a incorporação dos valores do trabalho criativo nos princípios que orientam a pedagogia de uma escola que já nasce sob o signo da economia criativa. Vários são os sinais. De partida, é uma instituição que já carrega em seu próprio nome o slogan celebrado na atualidade, qual seja: a criatividade. Sua missão institucional se orienta precipuamente pela atuação no segmento da economia criativa, expressa nos seguintes termos: “Oferecer educação de disciplinas criativas com qualidade internacional e estimular o crescimento da economia criativa no Brasil”. Interessante ainda notar os valores eleitos pela instituição. Para efeito de ilustração, elencamos os seguintes:

Abrçar os aspectos instigantes da *criatividade* e conduzir a mudança através da *inovação*; Colaborar de forma próxima e estratégica com líderes da indústria para

criar intercâmbio acadêmico e profissional para *inovação* de impacto; Promover a *economia criativa* como meio de desenvolvimento social e aumentar a competitividade nacional; Criar *valor sustentável* para todas as partes envolvidas”. (ESCOLA BRITÂNICA DE ARTES CRIATIVAS, 2017a, grifo nosso)

Como se pode constatar, comparece no discurso uma série de elementos que compõem a gramática normativa que estrutura a economia criativa: inovação, criatividade como recurso para o desenvolvimento e sustentabilidade são exemplares dos valores acionados pela escola.

Não se pode ignorar ainda os elementos estilísticos e estéticos que conformam o projeto da escola, a tirar pelo perfil e pela localização das suas instalações, isto porque comparecem como elementos reveladores do compósito que a torna a simbolização de uma tendência. A EBAC foi projetada por um célebre arquiteto brasileiro e está instalada no bairro da Vila Madalena, na capital paulista, considerado um dos principais “bairros criativos” da cidade. Ali está reunido um contingente importante de instituições culturais (galerias, livrarias, antiquários, ateliers de artistas), bares, restaurantes, boutiques, feiras, além de ter seus muros tomados por intervenções como o grafite, embalando assim a localidade numa efervescente ambiência artístico-cultural. Como aponta Florida (2004), o índice de criatividade que determinados espaços apresenta é um poderoso recurso para atração das chamadas “classes criativas”. Logo, a instalação no bairro da Vila Madalena é uma escolha estratégica e é invocada pela instituição como mais um elemento que lhe adiciona valor e lhe torna “única”. O trecho abaixo, retirado do site da instituição é revelador.

A EBAC está localizada na Vila Madalena, o coração da economia criativa de São Paulo, que é o principal centro de negócios, economia e cultura da América Latina. Está cercada por empresas e organizações criativas como galerias de arte, agências digitais e de publicidade, estúdios de animação, efeitos visuais, design e fotografia. No bairro há uma grande vivência de artistas, influenciadores, estudiosos e criadores para todos os meios de comunicação, trabalhando nas fronteiras das artes criativas. (ESCOLA BRITÂNICA DE ARTES CRIATIVAS, 2017b)

Interessante notar ainda é a natureza institucional da escola. Fruto de parcerias com universidade e escolas internacionais sediadas no Reino Unido e na Rússia,⁶ a filial brasileira já nasce estruturada num circuito transnacional de conhecimento, configurado por um trânsito de especialistas, profissionais, e, talvez, pelo mais importante: um conjunto de ideias, valores e princípios que, por sua vez, são traduzidos nas matrizes pedagógicas dos cursos. A dimensão da transnacionalização pode ser medida sob três aspectos: a matriz pedagógica, a certificação e a língua. O projeto de formação é nucleado por cursos que respondem às demandas de profissionalização dos segmentos hipercriativos que compõem a organização produtiva da economia criativa (design, audiovisual, games, por exemplo), cuja oferta no país é ainda recente e diminuta. A escola oferece diferentes modalidades de curso, a saber: bacharelados, especializações e cursos intensivos de curta duração. Os cursos de bacharelado⁷ obedecem ao modelo pedagógico britânico, as aulas são ministradas em inglês e suas respectivas matrizes curriculares são idênticas às oferecidas pela universidade-mãe, a Hertfordshire, instituição que também confere a certificação. Logo, o aluno que obtiver a formação em um dos cursos na escola brasileira, terá seu diploma reconhecido no Reino Unido, na União Europeia e nos Estados Unidos. Os demais cursos (especializações e intensivos) são oferecidos em português e não estão constrictos à matriz britânica, uma vez que a certificação é concedida pela própria EBAC.

Tal configuração institucional aponta para uma decisiva influência da matriz de pensamento britânico sobre economia criativa nas pedagogias nacionais. Como se sabe, os principais expoentes em torno da *episteme* sobre economia criativa são originários do mundo anglo-saxão. Ademais, o tema se tornou uma agenda política, cultural e econômica substantiva nesses países (especialmente na Inglaterra e na Austrália) a ponto de o governo britânico colocar como meta reformas no sistema educacional de modo a contemplar nos currículos nacionais de ensino médio conteúdos ligados às artes e tecnologias – considerados

essenciais para o desenvolvimento de habilidades em áreas estratégicas como games e tecnologias para efeitos especiais.⁸

Um outro aspecto a ser ressaltado no projeto pedagógico da EBAC refere-se à composição do corpo docente. É basicamente formado por profissionais e especialistas do mercado de trabalho das áreas que nucleiam a escola. Alguns deles são expoentes nas suas áreas de atuação. Diferentemente das instituições de ensino superior cuja ênfase no perfil do corpo docente recai na titulação acadêmica, na EBAC o aspecto mais celebrado acerca das qualificações dos docentes é justamente a experiência “prática”, o fato de serem considerados “referências” no mercado de trabalho. O seguinte trecho extraído da *homepage* da instituição é exemplar: “O corpo docente é formado por profissionais, estrangeiros e brasileiros, importantes em sua área de atuação, muitos graduados em escolas internacionais de ponta em arte, design, computação gráfica e audiovisual. Eles são profissionais talentosos e representantes atuantes na indústria da economia criativa⁹”. Um fenômeno interessante a ser registrado é que tais profissionais comparecem como intermediários que portam para o interior das instituições não apenas seu conhecimento especializado, mas também um quadro de valores e ideias afeitos à lógica da ordem capitalista contemporânea que orienta a produção dos bens e serviços culturais.

A instituição escolar é um espaço clássico de socialização e produção de subjetividades. A emergência de escolas estruturadas em modelos pedagógicos tais como evidenciados pelo nosso estudo de caso engendra espaços de socialização voltados para a formação de disposições que atendem aos requisitos do novo modelo de produção que organiza a chamada economia criativa. Nesse sentido, as instituições de formação comparecem como um importante ator na extensa cadeia funcional que configura esse sistema produtivo uma vez que contribuem para a normatização e atualização da cosmologia e das práticas profissionais que lhe conformam.

Notas

- 1 Sobejam expressões com o propósito de apreender o fenômeno da mutação do modo de produção capitalista: economia do “conhecimento”, “cognitiva”, “informativa” “simbólica”... O que parecem ter em comum é o reconhecimento da dimensão imaterial (conhecimento, criatividade, estética etc.) como “fatores” estratégicos de produção no capitalismo contemporâneo. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015; URRY; LASH, 1987)
- 2 Em sua obra *L'élite artiste* Nathalie Heinich trata do tema do estatuto do artista a partir das representações sociais na literatura francesa. Debruçada sobre a problemática acerca do lugar simbólico ocupado pelo artista no imaginário social, Heinich (2005) elabora uma tipificação bastante ilustrativa sobre o papel do artista (o boêmio, o excêntrico, o engajado etc.), oferecendo um interessante panorama sobre as ressignificações, rupturas e continuidades históricas que possibilitaram a construção social dos regimes de valor que conformam esse sujeito histórico.
- 3 Ao historiar a conformação do regime vocacional, Heinich (2005, p. 125) esclarece que é no romantismo arte e vocação tendem a se confundir, numa dupla dimensão: de um lado a arte torna-se a encarnação da própria vocação e o modo “normal” do exercício da criação.
- 4 Um dos legados do esforço analítico acerca da economia criativa é classificação dos seus segmentos produtivos. A primeira classificação foi elaborada pelo governo britânico que inclui as seguintes atividades: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, software, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias e as atividades relacionadas às tradições culturais. A partir desse primeiro esquema classificatório derivaram tantos outros (institucionais quanto acadêmicos) a exemplo da UNCTAD (2010), Unesco (2009), Throsby (2008) e até mesmo o Ministério da Cultura (2011) do Brasil o fez no seu esboço de um plano para desenvolvimento do setor. Ainda que guardem pequenas diferenças no ordenamento classificatório, todos eles incluem as artes, as clássicas indústrias culturais e o tema mais recente das tecnologias de informação e comunicação.
- 5 Oriundas dessa nova gramática normativa multiplicam-se os novos vocábulos (a maioria em língua inglesa) cujos significados denotam os modos de organização do trabalho (*coworking*) e suas metodologias de desenvolvimento de processos (*Design thinking*, “Cocriação”) que são incorporadas pelas pedagogias dos cursos.
- 6 A EBAC tem parceria com uma rede de escolas russas e britânicas que conformam o chamado Consórcio de Moscou e reúne as seguintes instituições: British Higher School of Art and Design, Moscow Architecture School MARCH, Moscow Film School, e Scream School of Computer Graphics.
- 7 A escola oferece os seguintes cursos de bacharelado (grafados e ofertados em inglês): Bacharelados em Arte (BA Hons): Graphic Design (Design Gráfico); Illustration (Ilustração); 2D Animation & Character for Digital Media (Animação 2D); Visual Effects for Film and TV (Efeitos Especiais para Cinema e TV); 3D Computer Animation & Modeling (Animação 3D) e 3D Games Art & Design (Animação 3D para Games). É oferecido ainda um curso introdutório para ingresso nos bacharelados, chamado Foundation Art and Design, cuja duração é de um ano. O curso tem o propósito de auxiliar na preparação para o ingresso nos programas de bacharelado em arte.

- 8 Em 2010, o governo britânico encomendou um estudo a dois reputados profissionais da indústria dos *games* e de efeitos especiais com o intuito de obter recomendações acerca dos parâmetros necessários para a formação das futuras gerações nessas áreas, consideradas como promissoras por seu gigantesco potencial econômico. O estudo resultou num documento que aponta para a defasagem dos currículos escolares em atender as novas demandas profissionais. Uma das fortes recomendações do relatório pauta-se na necessidade de inserção e fortalecimento de conteúdos voltados para o desenvolvimento de competências artísticas e nas áreas de ciência, tecnologias, engenharias e matemática. Para mais informações ver: Livingstone, Hope e National Endowment for Science, Technology and the Arts (2011).
- 9 Disponível em: <<http://www.ebac.art.br/about/>>.

Referências

- BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- ELIAS, N. *Mozart, a sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- ESCOLA BRITÂNICA DE ARTES CRIATIVAS. *Estratégia e valores*. 2017a. Disponível em: <<http://www.ebac.art.br/about/strategy/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.
- ESCOLA BRITÂNICA DE ARTES CRIATIVAS. *Sobre*. 2017b. Disponível em: <<http://www.ebac.art.br/about/strategy/>>. Acesso em:
- FLORIDA, R. *The rise of creative class*. New York: Basic Books, 2004.
- GIBSON, C.; KLOCKER N. Academic publishing as “creative” industry, and recent discourses of “creative economies”: Some critical reflections. *Area*, New Jersey, v. 36, n. 4, p. 423-434, Dec. 2004.
- HOWKINGS, J. John Howkins: economia criativa precisa de pessoas malucas. Entrevistador: Marina Franco. *Revista Exame*, São Paulo, 2 ago. 2012.. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/economia/john-howkins-economia-criativa-precisa-de-pessoas-malucas/>>. Acesso em: 15 dez. 2016.
- HEINICH, N. *L'élite artiste*. Excellence et singularité en régime démocratique. Paris: Éditions Gallimard, 2005.

- HEINICH, N.; SHAPIRO, R. Quando há artificação. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 28, n. 1, p. 135-151, jan./abr. 2013.
- IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2012*. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.
- IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2002*. Rio de Janeiro: IBGE, 2003.
- IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2014*. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MENGER, P-M. *Le travail créateur. S’accomplir dans l’incertain*. Paris: Éditions Seuil, 2009.
- LIVINGSTONE, I.; HOPE, A.; NATIONAL ENDOWMENT FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND THE ARTS (Great Britain). *Next Gen: Transforming the UK into the world’s leading talenthub for the video games and visual effects industries*. Londres: NESTA, 2011.
- REIS, A. C. (Org.). *Economia criativa com estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.
- SENNET, R. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- SHAPIRO, R. O que é artificação. *Sociedade e Estado*, Brasília, DF, v. 28, n. 1, p. 135-151, jan./abr. 2007.
- THROSBY, D. The Concentric Circles Model of the Cultural Industries, *Cultural Trends*, Sidney, v. 17, n. 3, p. 147-64, 2008.
- UNCTAD. *Relatório da economia criativa*. Disponível em: <<http://unctad.org>>. 2010. Acesso em: 18 jan. 2017.

UNESCO. *Framework for cultural statistics*. Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/FC09_SP.pdf>. 2009. Acesso em: 20 jan. 2017.

URRY, J.; LASH, S. *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity, 1987.

WRANKE, M. *O artista da corte: os antecedentes do artista moderno*. São Paulo: Edusp: 2001.

O Vale-Cultura e o mundo do trabalho cultural

*Alexandre Barbalho**

Introdução

O Vale-Cultura (VC) foi criado pelo Ministério da Cultura (MinC) no âmbito do Programa de Cultura do Trabalhador (PCT), por meio da Lei nº 12.761, de dezembro de 2012, no início da gestão da ministra Marta Suplicy, que foi responsável por sua regulamentação (Decreto nº 8.084/13) e normatização (Instrução Normativa nº 2/13).

O PCT se destina a “fornecer aos trabalhadores meios para o exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura” e tem como objetivos: “I - possibilitar o acesso e a fruição dos produtos e serviços culturais; II - estimular a visitação a estabelecimen-

* Professor dos PPGs em Sociologia e em Políticas Públicas da UECE e em Comunicação da UFC.

tos culturais e artísticos; e III - incentivar o acesso a eventos e espetáculos culturais e artísticos”. (BRASIL, 2012)

Estruturado a partir da mesma lógica de seus congêneres (vale-transporte e vale-alimentação), o VC está voltado, principalmente, para o trabalhador que recebe até cinco salários mínimos¹ e seu valor mensal, por usuário, é de R\$ 50,00. Contudo, se o Vale-Cultura pode ser visto como uma das políticas de “inclusão social” estabelecidas pelo poder público em conjunto com o setor privado (BENEDITO; MENEZES, 2013), ele apresenta diferenciais, pois implica tanto em uma “inclusão cultural”, sinalizando o entendimento da cultura como direito fundamental (CUNHA FILHO, 2000), quanto em uma forma de financiamento dos produtos e dos serviços culturais.

Sobre o segundo aspecto, a Lei define o que deve ser entendido como tal:

- I - serviços culturais: atividades de cunho artístico e cultural fornecidas por pessoas jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º; e
- II - produtos culturais: materiais de cunho artístico, cultural e informativo, produzidos em qualquer formato ou mídia por pessoas físicas ou jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º. (BRASIL, 2012)

As áreas culturais previstas pela Lei são: I - artes visuais; II - artes cênicas; III - audiovisual; IV – literatura, humanidades e informação; V - música; e VI - patrimônio cultural.

Como se observa, o VC tem uma dupla interface com o mundo do trabalho, ou seja, segundo a definição de Ricardo Antunes e Giovanni Alves (2004), com a totalidade daqueles homens e mulheres que vivem da venda da sua força de trabalho, o que inclui não apenas os trabalhadores manuais diretos, mas o conjunto do trabalho social. De um lado, sua função é garantir ao trabalhador o acesso ao consumo cultural. De outro, injeta recursos na cadeia produtiva da cultura, beneficiando assim os trabalhadores do setor. Para os fins deste capítulo, em conver-

gência com a proposta da coletânea da qual faz parte, não se explorará a dimensão inclusiva, seja social, seja cultural, do VC, mas o segundo aspecto, qual seja, o do papel financiador, pois assim se espera fixar algumas das consequências de tal instrumento de política pública para o trabalhador cultural. Para tanto, serão analisados os dados disponibilizados pelo MinC por meio do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) que, se não abordam especificamente esse aspecto – do trabalhador cultural –, possibilitam o estabelecimento de algumas interpretações.

Antes da análise dos dados quantitativos, é necessário estabelecer o contexto político-cultural de criação e efetivação do VC, com o intuito de acompanhar o processo a partir do qual se tornou uma agenda das políticas públicas, como foram estabelecidos seus propósitos e metas e quais as dificuldades enfrentadas. Recorre-se, assim, à proposta teórico-metodológica de campo (BOURDIEU, 1989, 1992) para analisar quais os principais agentes envolvidos, bem como os capitais e valores investidos. Nesse sentido, interessa perceber se houve participação dos trabalhadores culturais e, em caso afirmativo, quais as posições tomadas por estes agentes.

As fontes utilizadas para remontar a trajetória do programa serão as matérias e os artigos opinativos da imprensa nacional, em especial do jornal *A Folha de São Paulo*, que, além de ser o jornal de maior projeção nacional, tem dado destaque à cobertura na área da cultura, e entrevistas com dois ex-secretários de Fomento do MinC, Henilton Menezes (2010-2013), responsável pela implantação do Programa, e Carlos Paiva, que gerenciou o VC no segundo governo Dilma (2015-2016).

A trajetória política do programa vale-cultura

A questão das fontes de financiamento para a cultura é uma agenda há bastante tempo estabelecida nas discussões sobre o setor. Se pegarmos o surgimento do MinC em 1985, é possível observar a primeira formu-

lação de política para esse problema, que foi a Lei Sarney implantada pelo então ministro da Cultura Celso Furtado. (BARBALHO, 2011)

Mas quando e como o VC tornou-se uma política legítima no que diz respeito a essa problemática? Quais os agentes responsáveis pelo seu agendamento específico no debate público? Quais foram os seus formuladores e como se deu a tomada de decisão por sua implementação? Qual a relevância dos trabalhadores culturais nesse processo?

Carlos Paiva observa que a ideia de um vale para a cultura era uma discussão que remontava à gestão de Gilberto Gil no MinC.² As primeiras menções na imprensa à ideia de um benefício fiscal para a cultura e voltado para os trabalhadores nos moldes dos vales de alimentação e de transporte surgem em 2007, na esteira dos debates iniciais à reforma da Lei Rouanet sinalizada pelo MinC, bem como do lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento da Cultura - Mais Cultura em outubro daquele ano. Na ocasião, Gil e seu secretário-executivo, Juca Ferreira, afirmaram que pouco mais de 10% do povo brasileiro tinham acesso à cultura e, portanto, uma das metas do Mais Cultura era fazer com que empresas adotassem um “vale-cultura”, aos moldes do vale-refeição.³

Alguns meses antes, a empresa Sodexo anunciou que iria lançar um tíquete voltado para o consumo cultural, o “Cultura Pass”, no mesmo formato do cartão refeição. O objetivo era se adequar às futuras mudanças da Lei Rouanet que daria benefícios a empresas que incentivassem o setor.⁴ No mesmo período, o produtor de cinema Luiz Carlos Barreto defendeu que o governo deveria financiar a demanda por filmes instituindo um “vale-cultura”, o que ajudaria a democratizar o consumo de bens culturais no país.⁵

Como se pode observar a partir desses três posicionamentos, havia uma convergência, mínima que fosse, entre os agentes estatais, empresariais e culturais sobre a proposta do Vale-Cultura, ainda que mobilizados por diferentes interesses próprios à lógica de cada campo onde operavam.

O debate em torno da proposta continuou sendo alimentado pelo MinC à medida que tomava corpo o projeto de lei que deveria instituir o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura), o qual, além das leis de incentivo fiscal, incluía outros mecanismos de financiamento, entre eles o VC. Participando da abertura do 1º Fórum de Investidores em Cultura, realizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelo Grupo de Institutos Fundações e Empresas (Gife), no final de 2008, Juca Ferreira, já como ministro da Cultura (2008-2010), afirmou àquele fórum de agentes econômicos que havia a possibilidade do Vale sair no início do ano seguinte e estimava que o incentivo alcançaria 12 milhões de trabalhadores. (MINISTRO..., 2008)

A disputa principal de Ferreira para garantir o programa não era, pelo menos naquele momento, com agentes externos ao Estado, mas no interior deste, especificamente com a Receita Federal, reticente com a possibilidade de diminuição da receita com os cerca de R\$ 800 milhões de renúncia fiscal previstos inicialmente. No entanto, o próprio presidente da República se decidiu pelo projeto e autorizou a sua formulação e implementação. Cabe ressaltar que as resistências internas por parte do setor arrecadador do governo permaneceram e foram decisivas no *design* final da política, ao excluir um conjunto de possíveis beneficiários, como os funcionários públicos e os aposentados.

Se havia oposição interna no governo, na avaliação do MinC a proposta do VC era “consensual” entre os agentes do campo cultural, em especial dos trabalhadores da cultura, e tinha chances de tramitar rapidamente pelo Congresso Nacional, ao contrário do Procultura que vinha recebendo várias críticas e propostas de modificação antes mesmo de ser enviado ao poder legislativo. Diante desse quadro, o governo optou por desmembrar o VC e lhe dar um encaminhamento próprio, com o envio, pelo presidente Lula em julho de 2009, do projeto de Lei que o instituiu.

Juca Ferreira defendeu o instrumento como marco de um dos valores da política cultural do MinC nos governos Lula: “garantir a todos os

brasileiros o acesso a bens culturais como um direito e uma necessidade básica”. (FERREIRA, 2009) O Vale-Cultura funcionaria como instrumento de superação da “exclusão sociocultural” ao promover o acesso ao consumo da produção cultural do país. Dessa forma, seria “um passo significativo para garantir a incorporação da cultura na vida e na família dos trabalhadores do nosso país” (FERREIRA, 2009) e um instrumento de fortalecimento da economia cultural e, portanto, dos trabalhadores (artistas e produtores). Como se observa, o ministro buscou legitimar o VC a partir do conjunto de valores estabelecidos e relativamente consensuados no campo cultural a partir da gestão Gil. (RUBIM, 2010)

O ato político que envolveu a assinatura do projeto de lei do VC em São Paulo, em julho de 2009, pelo próprio presidente Lula, em companhia do ministro Juca Ferreira e da ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff (pré-candidata à presidência), teve a participação de vários intelectuais, artistas e produtores culturais. A expectativa era que o projeto fosse votado em 45 dias, em regime de urgência. Para tanto, segundo o presidente Lula, era necessário que os agentes culturais pressionassem o Congresso, fazendo “um jogo de forças entre os que acham que é preciso inovar e os que acham que já está bom”.⁶ (BOMBIG, 2009; MENDES, 2009)

No entanto, ao contrário da avaliação do MinC, o projeto do VC não era um valor consensual. Além das críticas a aspectos técnicos, – por exemplo, o valor de 50 reais previsto pelo benefício era avaliado como muito reduzido por diversos agentes culturais –, também havia a acusação de que a medida era eleitoreira.⁷

Em editorial intitulado “Vale tudo”, a *Folha de São Paulo* reuniu as duas críticas (a técnica e a política), qualificando o evento de assinatura do projeto de “constrangedor” e o Vale-Cultura de “mecanismo duvidoso”. Para o jornal, a iniciativa funcionaria como um “estímulo à complacência de representantes do meio cultural com o lulismo”. Se era “óbvio” que os recursos terminariam “de alguma forma, revertendo em acréscimo de receita para a indústria do entretenimento - e nesse

sentido a inclinação do setor é considerar a ajuda positiva”, a questão era que “os recursos governamentais são escassos frente às complexas demandas”, de modo que seria “imperioso pensar em prioridades e nos efeitos estruturais dos gastos públicos”. (VALE..., 2009)⁸

Sem necessariamente descartar o VC e reconhecendo a necessidade de uma política voltada para a demanda, o cineasta André Sturm, então coordenador de Fomento e Difusão da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, defendeu que o projeto frustraria as expectativas, pois apenas uma parcela restrita de trabalhadores teria acesso ao Vale-Cultura e que o dinheiro iria para “bens culturais de massa”. Assim, faria sentido “usar recursos públicos para aumentar ainda mais a renda de atividades altamente lucrativas? Temos que estimular a diversidade cultural, e não concentrar ainda mais os recursos”. (STURM, 2009)

A disputa por legitimar o VC frente à opinião pública acabou por mobilizar outros agentes do MinC. José do Nascimento Júnior, então presidente do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) vinculado ao Ministério, escreveu um artigo defendendo a política cultural do governo Lula. Para Nascimento, com o VC “cria-se uma situação mais igualitária, de acesso amplo e democrático aos bens culturais” e as políticas para o campo se aproximariam da realidade e do cotidiano da população. O fato, afirma, é que “graças à mobilização do setor cultural e dos gestores públicos e privados, o seu peso econômico, político e social”. (NASCIMENTO, 2009)

O ministro Juca Ferreira argumentava, em defesa do Vale-Cultura, que o país vivia uma espécie de “apartheid cultural”, uma “situação dramática” que se expressava nos índices sobre o consumo cultural. Segundo informava, “nenhum produto cultural chega a 20% da população. Menos de 10% dos brasileiros já entraram em um museu, só 13% vão ao cinema, 17% compram livros e 92% dos municípios não têm nem cinema nem teatro”, de modo que a cultura seria “inacessível para a maioria dos brasileiros”. (MINISTRO..., 2009)

Outra polêmica em torno do VC, e que perdurou ao longo de todo o seu processo de efetivação, dizia respeito ao que seria desejável gastar com o dinheiro disponibilizado para o trabalhador. Essa crítica está presente no artigo de Sturm, citado acima, mas é melhor desenvolvida pelo jornalista Gilberto Dimenstein. Dimenstein reconhece que, em um país “vale-dependente”, o programa é um “sucesso de opinião”, mas “carrega um risco monumental de desperdício”, pois a grande beneficiária seria a cultura de massa. Na sua avaliação, o recurso seria melhor empregado se fosse canalizado para programas culturais na educação pública fortalecendo o capital cultural de seus alunos.

José Luiz Herencia, então secretário de Políticas Culturais do MinC, esclareceu a posição do Ministério sobre essa questão. Para Herencia (2010), o VC, uma “política de Estado”, não significaria uma “mudança radical de foco da produção para o consumo, mas no investimento equilibrado em todo o sistema cultural, estimulando a um só tempo a democratização do acesso e a promoção da excelência artística”. O que deveria ocorrer sem tutelar o cidadão e definir qual bem cultural deveria consumir, respeitando sua “liberdade individual”.

As disputas travadas em torno do VC pelos mais diversos agentes (culturais, políticos, econômicos etc.) resultou na demora em sua tramitação no Congresso Nacional. Na avaliação de Henilton Menezes, havia dois “pleitos de peso” do MinC no Congresso: o Procultura e o VC e o ministro Juca teria dado “muito mais ênfase” ao primeiro, apesar de acompanhar a tramitação do segundo.⁹ O fato é que o projeto não foi sancionado no governo Lula e passou para o seguinte, sob responsabilidade da ministra Ana de Hollanda (2011-2012).

Em agosto de 2011, um grupo de artistas, entre os quais estavam presentes os cantores Frejat, Fernanda Abreu e Sandra Sá, foi à Câmara dos Deputados pressionar pela aprovação dos projetos de lei na área da cultura, em especial o do Vale-Cultura. O então presidente da Câmara, deputado Marco Maia (PT-RJ), sinalizou que o assunto deveria ser debatido pelos deputados ainda naquele semestre. O movimento teve a

adesão da presidenta da Frente Parlamentar Mista da Cultura, deputada Jandira Feghali (PC do B-RJ) que cobrou do Legislativo a devida atenção para a importância da cultura: “O povo precisa ter acesso aos bens culturais do nosso país, ter lazer e viver a sua própria cultura. Me preocupa acabar 2011 sem que nossa pauta seja votada”, afirmou. (CABRAL, 2011)

No entanto, a gestão Hollanda não teve forças e habilidades políticas para negociar a pauta do Ministério no Congresso Nacional. (ANA DE HOLLANDA, 2012a, 2012b) Para Henilton, a ministra, que “não tinha o viés político”, também priorizou o Procultura – que avançou por conta da atuação do deputado Pedro Eugênio (PT-PE) como relator do projeto na Comissão de Finanças – e acabou não “brigando” pelo VC.¹⁰

A situação mudaria com a troca em setembro de 2012 de Hollanda por Marta Suplicy, senadora com experiência e interlocução tanto no legislativo, quanto no executivo. Externa ao campo cultural, a nova ministra assumiu o VC como uma de suas principais vitrines como gestora – nas palavras de Henilton, a nova ministra percebeu que o VC poderia ser a “bandeira” da sua gestão e “apostou” no processo.¹¹ Assim, investiu na sua tramitação e aprovação no Congresso Nacional, negociando as questões difíceis para a sua efetivação de forma célere, recorrendo ao seu prestígio e ao seu capital social no Senado. Assim, o projeto de Lei foi finalmente aprovado no final de 2012 e começou a operar no segundo semestre do ano seguinte. (MAGENTA, 2012; MENA; MAGENTA, 2012)

O sancionamento do Vale-Cultura não implicou no seu aceite por segmentos que já tinham se pronunciado contra o programa em seus momentos iniciais. O jornal *A Folha de São Paulo*, em editorial de 10 de janeiro de 2013, retomou críticas e argumentos anteriores e voltou a se posicionar de forma contrária ao VC. Para o jornal, a pulverização de recursos a ser proporcionado pelo programa seria “mais um exemplo do uso equivocado de dinheiro público na área cultural do país” ao transferir recursos para aos grandes empreendimentos, muitos deles multinacionais, da indústria do entretenimento.

A melhor estratégia para empregar o recurso, na avaliação do jornal, seria nas atividades de formação e/ou de menor sustentação comercial. Denunciando o interesse eleitoral por trás do programa a fortalecer o capital político de Marta Suplicy, o editorial conclui que “a nova lei ajuda a emaranhar normas que chamam o Estado a interferir no mercado cultural tanto na ponta da produção quanto na do consumo, sem conseguir com isso o fortalecimento sustentável do setor”. (VALE-POPULISMO, 2013)

Como resposta ao editorial, a ministra escreveu um artigo, publicado no mesmo jornal, onde defendeu o VC como um “alimento da alma”, que possibilitaria ao trabalhador, pela primeira vez, consumir cultura. Para a gestora, o projeto atingia duas finalidades: a democratização do consumo e o financiamento da produção culturais. Nas vésperas do início da operação, o MinC anunciou que o programa, em 2014, geraria um valor correspondente a quase cinco vezes o orçamento do Ministério. (VALE-CULTURA... 2013)

O debate que se seguiu à regulamentação se referiu, em grande parte, ao lugar reservado aos empreendimentos de menor porte, que, *a priori*, não estariam contemplados pelo programa. Por um lado, a defesa da incorporação dos pontos de cultura como possíveis recebedores do VC. Por outro, a reclamação de que o instrumento não era favorável às micro e pequenas empresas.

Sobre o primeiro ponto, havia a disposição política do MinC para viabilizar a proposta, a ponto da ministra se comprometer internamente, em articulação com a Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural, e externamente, tanto na apresentação do Plano Estratégico do MinC na Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados, quanto na sua fala na Comissão nacional dos Pontos de Cultura. A expectativa era a de que os Pontos de Cultura pudessem suprir a carência de equipamentos e programações culturais nos pequenos e médios municípios brasileiros – carência identificada pelas pesquisas do IBGE. (GRAGNANI, 2013)

Quanto ao segundo ponto, o governo ampliou a possibilidade de uso do VC para todas as empresas. A inserção das empresas de lucro presumido (que faturam menos de R\$ 45 milhões por ano) e das que integram o Sistema Integrado de Imposto e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (Simples) aumentou para 42 milhões de beneficiários em potencial, com a projeção do montante de cerca de R\$ 25 bilhões anuais na economia da cultura.

Contudo, a medida não foi bem vista pelas entidades representantes das micro e pequenas empresas, como a Confederação Nacional das Micro e Pequenas Empresas e dos Empreendedores Individuais (Conampe) e a Confederação Nacional das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Comicro), que não teriam benefícios fiscais e, portanto, estímulos para aderirem ao programa, ao contrário das empresas de lucro real, que podem deduzir até 1% do Imposto de Renda (IR). (MENA, 2013)

Estabelecido os valores em disputa em torno do VC, bem como seus principais agentes, podemos analisar a sua efetividade a partir dos dados disponibilizados para os anos de 2014 e 2015.

Os números do vale-cultura

De acordo com os dados disponibilizados pelo SNIIC do MinC (BRASIL, [2016?]), desde setembro de 2013 até o dia 31 de dezembro de 2015, cerca de 467 mil trabalhadores de 1.241 empresas tinham sido beneficiados com o VC – número bem aquém do potencial do programa que é de 40 milhões de trabalhadores que ganham até cinco salários mínimos, mas que, diante da novidade do programa, na avaliação de Carlos Paiva, tratava-se de números bastante expressivos.¹²

É preciso lembrar que um dos papéis do CV era justamente o de ser mais um instrumento de financiamento da cultura. Esse era inclusive um dos elementos de convencimento junto aos agentes culturais da importância do VC. Como situa Paiva, quando era secretário de fomento o

MinC se reuniu não apenas com os sindicatos patronais e dos trabalhadores, mas também com a comunidade artística. Para cada um desses setores, havia um argumento principal: para os patrões, a dedução no imposto devido e para os trabalhadores, a “inclusão cultural”. Quanto aos agentes culturais, o Ministério procurava demonstrar que a quantidade de recursos que seriam injetados quando o VC atingisse 10% do seu potencial, ou seja 4 milhões de trabalhadores usuários, equivaleria a um e meio dos recursos mobilizados pela lei Rouanet.¹³

Em termos de distribuição regional, o Norte teve em 2014 e em 2015, respectivamente, 20 e 30 empresas beneficiadas de um universo de 176.000 empresas em 2014; o Nordeste: 87 e 30 de 627.345; o Centro-Oeste 59 e 92 de 381.986; o Sudeste 517 e 729 de 1.924.374; e o Sul 183 e 260 de 849.273. Ao total, em 2014 foram 866 empresas beneficiadas e em 2015, 1.241, de um universo de quase 4 milhões de empresas em 2014.

No que se refere ao número de trabalhadores contemplados pelo programa, no Norte foram 23.918 em 2014 e 29.777 em 2015, de um universo de 2.801.469 de trabalhadores em 2014; no Nordeste, 43.152 e 57.780 de 9.132.863; no Centro-Oeste, 21.199 e 32.339 de 4.294.468; no Sudeste 211.087 e 260.244 de 24.792.464; e no Sul, 52.684 e 67.434 de 8.550.246. Ao total, em 2014 foram beneficiados 366.966 trabalhadores e em 2015 476.294, de um universo de quase 50 milhões, segundo dados de 2014.

O VC resultou, até abril de 2016, na alocação de um pouco mais de um bilhão de reais na economia. Em termos de distribuição regional, o Sudeste lidera com cerca de 153 milhões de reais em valor acumulado de consumo com o VC. Em seguida, o Sul com 36 milhões e o Nordeste com 35 milhões. Esses valores tem uma queda considerável nas regiões Norte e Centro-Oeste, com 20 e 17 milhões, respectivamente.

A esses números relativos a empresas que aderiram ao VC, a trabalhadores beneficiados e a valores investidos somam-se o universo de quase 40 mil empresas cadastradas para receber o benefício e distribuí-

das por todo o país (2.770 no Norte; 10.818 no Nordeste; 3.711 no Centro Oeste; 18.519 no Sudeste e 7.840 no Sul) e de 40 empresas cadastradas para operar o VC. Como se observa, o VC não conseguiu quebrar com a concentração de recursos no sudeste do país, fenômeno observado e criticado na atuação da Lei Rouanet. (MENEZES, 2016) Segundo Menezes, a possível descentralização seria uma das vantagens do VC em relação à Lei,¹⁴ o que acabou não ocorrendo.

Em relação ao destino final desses recursos, ou seja, em quais setores eles foram gastos, a distribuição regional é a seguinte: 01. Livros, jornais e revistas - Norte: 54% (2014) e 64,5% (2015); Nordeste: 69,3% (2014) e 64% (2015); Centro-Oeste: 71,2% (2014) e 60,5% (2015); Sudeste: 75,3% (2014) e 61% (2015); e Sul: 81% (2014) e 69,4% (2015); 02. Cinema: - Norte: 17,5% (2014) e 17,9% (2015); Nordeste: 18,7% (2014) e 21,4% (2015); Centro-Oeste: 15,6% (2014) e 26,8% (2015); Sudeste: 12,7% (2014) e 25,9% (2015); e Sul: 9,4% (2014) e 20,1% (2015); 03. Lojas de departamento ou magazines - Norte: 13,4% (2014) e 5,5% (2015); Nordeste: 0,0% (2014) e 0,2% (2015); Centro-Oeste: 4% (2014) e 2,1% (2015); Sudeste: 3,6% (2014) e 4,1% (2015); e Sul: 1,6% (2014) e 1,3% (2015); 4. Instrumentos musicais - Norte: 6,7% (2014) e 1,9% (2015); Nordeste: 6,6% (2014) e 4,7% (2015); Centro-Oeste: 5,7% (2014) e 6,3% (2015); Sudeste: 2,6% (2014) e 3% (2015); e Sul: 2,1% (2014) e 3% (2015); 5. Discos, Cds e DVDs - Norte: 1,4% (2014) e 0,1% (2015); Nordeste: 0,4% (2014) e 0,5% (2015); Centro-Oeste: 0,1% (2014) e 0,0% (2015); Sudeste: 1,4% (2014) e 1,7% (2015); e Sul: 0,2% (2014) e 0,2% (2015); 6. Ingressos para espetáculos de música, teatro e dança - Norte: 0,4% (2014) e 0,1% (2015); Nordeste: 0,4% (2014) e 0,5% (2015); Centro-Oeste: 0,1% (2014) e 0,0% (2015); Sudeste: 1,4% (2014) e 1,7% (2015); e Sul: 0,2% (2014) e 0,2% (2015).

Os dados fornecidos pelo SNIIC possibilitam diversas leituras no que diz respeito à economia da cultura no Brasil, contudo o foco do presente estudo é a relação do VC com o trabalhador cultural. Nesse sentido, o que é possível deduzir a partir dos números relacionados acima?

No que diz respeito aos setores da economia cultural, o VC incrementou principalmente a indústria editorial (livros, jornais, revistas e demais produtos impressos). Nesse sentido, os trabalhadores culturais ligados à este ramo (editores, escritores, jornalistas, ilustradores, revisores etc.) devem ter sido os mais beneficiados, pois, ainda que haja autores estrangeiros, a produção nacional de conteúdo é relevante, não só porque inclui as empresas de comunicação, mas também porque os livros didáticos e paradidáticos, majoritariamente de autores brasileiros, respondem por fatia considerável destes gastos, em especial por conta das compras desse gênero de livros feitas pelo governo federal destinadas às bibliotecas das redes estaduais e municipais. Paiva observa a importância da compra de livros de estudos, não apenas para ensino fundamental e médio, mas para a própria formação do trabalhador (cursos técnicos e profissionalizantes, por exemplo).¹⁵

Soma-se a esse dado, o fato de que, como informam Elder Alves e Carlos Souza (2015), a Câmara Brasileira de Livros (CBL) e o Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL) se empenharam em desenvolver estratégias de marketing e alianças políticas com o MinC com intuito de promover a venda de livros por meio do VC.

Outra análise possível é a de que, sendo o ingresso para o cinema o segundo em volume de gastos, houve um relativo fortalecimento da indústria do audiovisual e, como consequência, dos trabalhadores envolvidos em toda a sua enorme cadeia produtiva. A relatividade de tal afirmação se deve ao fato conhecido de que, ao contrário do editorial, o consumo de produtos audiovisuais direciona-se majoritariamente aos produtos estrangeiros, em especial norte-americanos. Se pegarmos os dados disponibilizados pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) para o ano de 2015, observa-se que o público de filmes brasileiros naquele ano foi de 22.485.736 ingressos. Para os filmes estrangeiros, o número foi de 150.457.506.¹⁶ Essa era, aliás, um dos aspectos levantados por aqueles que criticaram o VC, qual seja, que o recurso iria financiar a produção externa e não interna de bens simbólicos.

Por fim, os dados apontam o baixo retorno do VC para os trabalhadores ligados às artes cênicas e aos espetáculos ao vivo (teatro, dança, circo, música etc.), para não falar daqueles ligados a outros setores que não chegam a ser relevantes no universo da pesquisa e são reunidos como “demais atividades”, como, por exemplo, os das artes visuais¹⁷ Nesse contexto, os trabalhadores ligados à indústria fonográfica, aos espetáculos musicais ou mesmo ao ensino de música ainda têm alguma relevância, posto que a venda de instrumentos musicais ocupa a quarta colocação,¹⁸ seguida pela venda de discos, CDs e DVDs, além dos ingressos relativos a espetáculos musicais.

Portanto, se levados em consideração apenas os índices do VC, pode-se supor que a situação dos trabalhadores do teatro, da dança e do circo no Brasil (atores, dançarinos, coreógrafos, montadores, cenógrafos, diretores etc.) é bastante crítica, quando se soma ao baixo consumo a formato fortemente intermitente do trabalho ligado a essas linguagens. (GOMES, 2010; SEGNINI; BULLONI, 2016)

Considerações conclusivas

Como se viu, a criação do Vale-Cultura foi alvo de disputas entre diversos agentes, envolvendo não apenas aqueles do campo cultural, mas também dos campos político e midiático, como era de se esperar quando o Estado, esse metacampo, propõe e implementa uma política pública. A singularidade das disputas é que o processo se inseriu, pelo menos inicialmente, no contexto político mais amplo, envolvendo, inclusive, as eleições presidenciais, o que dificultou a sua efetivação.

Contudo, ainda que se observe um grau de engajamento a favor ou contra por parte de gestores culturais, políticos e empresários, não se identificou uma participação relevante dos trabalhadores da cultura e seus órgãos representativos (sindicatos, associações etc.) no debate em torno dessa agenda. Se o material analisado indica o apoio por parte desses agentes ao programa na esperança de mais uma fonte de financia-

mento para o campo – como observou Paiva, “toda área cultural olhava com admiração para a ideia do programa”¹⁹ –, pode-se concluir que ele se deu mais de forma adesista, do que participativa e deliberativa. Tanto que, na avaliação de Menezes, o VC nunca tinha sido uma bandeira de luta para o segmento cultural. A preocupação e o engajamento maior do campo era com o Procultura, pois este “pegava mais na veia” do universo relativo ao trabalho cultural.²⁰

No que diz respeito à dimensão econômica, o VC, criado para que os trabalhadores com menor remuneração pudessem consumir bens culturais, está longe de se efetivar como um programa de amplo alcance, ainda que os números não sejam desestimulantes. Por sua vez, a concentração do consumo em um só setor, o de livros, jornais e revistas, limita a outra finalidade do programa que é o de financiar os produtos e serviços culturais como um todo, favorecendo não apenas os empreendedores do setor, mas também o mundo do trabalho.

Ao formato do VC cabe a crítica de Luciana Lima e Pablo Ortellado (2013), qual seja, a de que se trata de uma lógica de financiamento, presente tanto no paradigma público, quanto no mercantil, que visa o produto cultural final e não o processo de produção cultural, tal como ocorre com os Pontos de Cultura. Como resultado, não consegue ir contra as tendências de concentração regional e de linguagens mais adaptadas ao mercado.

Resta saber como evoluirá o VC nesse novo contexto político-cultural – governo Temer – que parece desfavorável à implementação de políticas públicas para o setor. Tendo tido pouca participação dos trabalhadores culturais no seu processo de implantação, o programa corre o risco de não ter defensores no âmbito da sociedade e, tendo perdido os seus criadores e promotores no interior do Estado, ser deixado à míngua.

Notas

- 1 Trabalhadores com renda superior a cinco salários mínimos poderão receber o benefício, desde que a totalidade dos empregados de remuneração inferior já tenha sido atendida.
- 2 Entrevista concedida ao autor na cidade de Salvador em outubro de 2016.
- 3 A esse respeito ver Mais... (2007).
- 4 A esse respeito ver Barros, Moreira e Cunha (2007).
- 5 A esse respeito ver Distribuição... (2007). Tempos depois, Barreto (2010) escreveu um artigo para a *Folha de São Paulo* onde afirma que a ideia do VC nasceu no meio artístico, tendo sido adotada pelo governo Lula e pelo ministro Gil.
- 6 O presidente Lula reforçou seu investimento político na proposta do VC quando abordou o tema no seu programa de rádio “Café com o Presidente”. Na ocasião, defendeu a democratização do acesso aos produtos culturais por parte do povo, em especial das pessoas mais pobres. (PRESIDENTE..., 2009)
- 7 Em sua campanha no ano seguinte, a candidata Dilma anunciou o Vale-Cultura como uma das ações que seriam efetivadas por sua política cultural caso fosse eleita. (EM SEU SITE..., 2010)
- 8 O editorial foi publicado no dia 27 de julho de 2009. Quatro meses depois, no dia 29 de novembro, a *Folha* publicou um novo editorial, “O vale do MinC”, reiterando a mesma posição contrária ao VC e pelos mesmos motivos: evasão fiscal e fins eleitoreiros. (O VALE..., 2009)
- 9 Entrevista concedida ao autor na cidade de Fortaleza em março de 2017.
- 10 Entrevista concedida ao autor na cidade de Fortaleza em março de 2017.
- 11 Entrevista concedida ao autor na cidade de Fortaleza em março de 2017.
- 12 Entrevista concedida ao autor na cidade de Salvador em outubro de 2016.
- 13 Entrevista concedida ao autor na cidade de Salvador em outubro de 2016.
- 14 Entrevista concedida ao autor na cidade de Fortaleza em março de 2017.
- 15 Entrevista concedida ao autor na cidade de Salvador em outubro de 2016.
- 16 Dados disponíveis em: <<http://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em: 16 mar. 2017.
- 17 É importante lembrar que segmentos mais recentes e promissores da economia da cultura, como o de jogos eletrônicos ficaram excluídos do VC.
- 18 A terceira colocação, como visto, é ocupada pelo setor “lojas de departamento ou magazine” que não permite acessar em que o gasto foi de fato realizado.
- 19 Entrevista concedida ao autor na cidade de Salvador em outubro de 2016.
- 20 Entrevista concedida ao autor na cidade de Fortaleza em março de 2017.

Referências

ALVES, E.; SOUZA, C. As políticas econômico-culturais no (do) governo Dilma: o Vale-Cultura e a expansão do mercado editorial brasileiro. In: BARBALHO, A.; CALABRE, L.; RUBIM, A. (Org.). *Políticas culturais no governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 145-172.

ANA DE HOLLANDA rebate críticas em audiência na Câmara. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 21 mar. 2012a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2012/03/1065180-ana-de-hollanda-rebate-criticas-em-audiencia-na-camara.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

ANA DE HOLLANDA rompeu agenda de antecessores e fracassou na política. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 12 set. 2012b. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2012/09/1152056-ana-de-hollanda-rompeu-agenda-de-antecessores-e-fracassou-na-politica.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

ANTUNES, R.; ALVES, G. As mudanças no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. *Educação e Sociedade*, Campinas, v. 25, n. 87, p. 335-351, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/es/v25n87/21460.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

BARBALHO, A. A política cultural segundo Celso Furtado. In: BARBALHO, A. et al. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas*. Salvador: EDUFBA, 2011, v. 1, p. 107-128.

BARRETO, L. C. Nem fica nem sai Juca. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 09 dez. 2010. Tendências/Debates. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofzo912201007.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

BARROS, G.; MOREIRA, I.; CUNHA, J. Grupo americano sai do país e Telexpo não será realizada. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 abr. 2007. Mercado Aberto. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2004200701.htm>>. Acesso em: 13 out. 2016.

BENEDITO, A.; MENEZES, D. Políticas públicas de inclusão social: o papel das empresas. *Ética e Filosofia Política*, Juiz de Fora, v. 1, n. 16, p. 57-76, jun. 2013.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BOMBIG, J. A. Lula manda Vale-Cultura à Câmara. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 24 jul. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2407200919.htm>> Acesso em: 19 out. 2016.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

BRASIL. *Lei n. 12.761, de 27 de dezembro de 2012*. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o vale-cultura; altera as Leis n. 8.212, de 24 de julho de 1991, e n. 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei n. 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm>. Acesso em: 21 dez. 2016.

BRASIL. Ministério da Cultura. Sistema nacional de informações e indicadores culturais. Indicadores do Vale Cultura. [2016?]. Dados disponíveis em: <<http://sniic.cultura.gov.br/indicadores/indicadores-do-vale-cultura/>>. Acesso em: 20 dez. 2016

CABRAL, M. C. Artistas fazem ato na Câmara pela aprovação de textos “culturais”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 17 ago. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/961078-artistas-fazem-ato-na-camara-pela-aprovacao-de-textos-culturais.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

CESNIK, F. de S. Medidas vitoriosas e desafios da cultura. Acesso cultural e promoção da igualdade. *Folha de São Paulo*, Opinião, 29 fev. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/28401-medidas-vitoriosas-e-desafios-da-cultura.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

CUNHA FILHO, H. *Direitos culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro*. Brasília, DF: Brasília Jurídica, 2000.

DIMENSTEIN, G. Vale-cultura é um desperdício? *Folha de São Paulo*, Opinião, 28 dez. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/gilbertodimenstein/2012/12/1207402-vale-cultura-e-um-desperdicio.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

DIMENSTEIN, G. Vale-tudo. *Folha de São Paulo*, Opinião, 07 nov. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0711201017.htm>>. Acesso em: 26 out. 2016.

FERREIRA, J. Acesso cultural e promoção da igualdade. *Folha de São Paulo*, Opinião, 23 jul. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2307200908.htm>>. Acesso em: 13 out. 2016

DISTRIBUIÇÃO é o principal “gargalo” do cinema no país. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 2007. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2506200709.htm>>. Acesso em: 13 out. 2016.

EM SEU SITE, Dilma fala de propostas para cultura. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 maio 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2010/05/729190-em-seu-site-dilma-fala-de-propostas-para-cultura.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2016.

GOMES, J. *Entre o ar e o chão*: metier de bailarino na cidade de São Paulo. 2010. 296 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

GRAGNANI, J. Marta Suplicy afirma que Vale-Cultura poderá ser utilizado em Pontos de Cultura. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 14 abr. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/04/1264976-marta-suplicy-afirma-que-vale-cultura-podera-ser-utilizado-em-pontos-de-cultura.shtml>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

HERENCIA, J. L. Política cultural e liberdades individuais. *Folha de São Paulo*, Opinião, 3 de fevereiro de 2010. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0302201009.htm>>. Acesso em: 26 out. 2016.

LIMA, L.; ORTELLADO, P. Da compra de produtos e serviços culturais ao direito de produzir cultura: análise de um paradigma emergente. *Dados*, Rio de Janeiro, v. 56, n. 2, p. 351-382, jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582013000200004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 16 abr. 2017.

LORES, R. J. A privatização do vale-cultura. *Folha de São Paulo*, Opinião, 6 de fevereiro de 2013. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/rauljustelores/2013/02/1226840-a-privatizacao-do-vale-cultura.shtml>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

MAGENTA, M. Vale quanto pesa? *Folha de São Paulo*, São Paulo, 09 out. 2012. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/70909-vale-quanto-pesa.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

MAIS Cultura para mais brasileiros Gilberto Gil e Juca Ferreira. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 11 nov. 2007. Opinião. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz1111200709.htm>>. Acesso em: 13 out. 2016.

MENA, F. Governo amplia alcance do Vale-Cultura. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 14 jun. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/06/1294558-governo-amplia-alcance-do-vale-cultura.shtml>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

MENA, F.; MAGENTA, M. A marca de Marta. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 09 nov. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/76868-a-marca-de-marta.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

MENDES, K. L. Governo lança Vale-Cultura para incentivar a demanda cultural. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 jul. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/07/599505-governo-lanca-vale-cultura-para-incentivar-a-demanda-cultural.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2016.

MENEZES, H. *A lei Rouanet*: muito além dos (f)atos. São Paulo: Loyola, 2016.

MINISTRO diz que Cultura terá 1% do Orçamento de 2009 sem a paranóia da crise. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 01 dez. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2008/12/473876-ministro-diz-que-cultura-tera-1-do-orcamento-de-2009-sem-a-paranoia-da-crise.shtml>>. Acesso em: 13 out. 2016.

MINISTRO Juca Ferreira diz que Brasil vive “apartheid cultural”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 05 nov. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/11/648203-ministro-juca-ferreira-diz-que-brasil-vive-apartheid-cultural.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2016.

NASCIMENTO JÚNIOR, J. Cultura vale cultura. *Folha de São Paulo*, Opinião, 23 out. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2010200909.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

PRESIDENTE Lula defende democratização da cultura no Brasil. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 jul. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u600814.shtml>>. Acesso em: 19 out. 2016.

RUBIM, A. (Org.). *Políticas culturais no governo Lula*. Salvador: UFBA, 2010.

SEGNINI, L.; BULLONI, M. N. (Org.). *Trabalho artístico e técnico na indústria cultural*. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.

STURM, A. Acesso à cultura. *Folha de São Paulo*, Opinião, 20 jan. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2307200908.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

SUPLICY, M. A gente não quer só comida. *Folha de São Paulo*, Opinião, 16 jan. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opiniaofz2013/01/1215386-tendenciasdebates-a-gente-nao-quer-so-comida.shtml>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

VALE-CULTURA pode custar R\$ 10 bilhões anuais à União. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 19 fev. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1232976-vale-cultura-pode-custar-r-10-bilhoes-anuais-a-uniao.shtml>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

O VALE do MinC. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 29 nov. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2911200902.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

VALE-POPULISMO. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10 jan. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opiniaofz2013/01/1212563-editorial-vale-populismo.shtml>>. Acesso em: 26 out. 2016.

VALE tudo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 jul. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2707200901.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

Mercado de trabalho e economia da cultura: uma perspectiva crítica e conciliadora do MEI no Brasil

*Tiago Costa Martins**

*Marcela Guimarães e Silva***

Introdução

As reflexões sobre economia, política e cultura são recentes. Por muito tempo, prevaleceu a dualidade histórica entre os dois grupos envolvidos diretamente – um formado por economistas que não reconheciam a cultura como uma dimensão econômica do desenvolvimento; e o outro por atores culturais¹ que negavam o valor econômico da sua produção. Entretanto, a crise econômica dos anos 1970 marcou o início de um processo de aproximação entre economia, política e cultura, restabelecendo o papel do

* Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa e do curso de Relações Públicas - ênfase em produção cultural da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Membro do GP Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais (CNPq). Coordenador do Observatório Missionário de Atividades Criativas e Culturais (OMiCult).

** Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa e do curso de Relações Públicas - ênfase em produção cultural da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Líder do GP Processos e Práticas nas Atividades Criativas e Culturais (CNPq). Membro do Observatório Missionário de Atividades Criativas e Culturais (OMiCult).

mercado, do Estado e da sociedade, no qual a cultura passou a ser percebida estratégica para o desenvolvimento.

É a partir de uma perspectiva da cultura estruturada pelo eixo mercado-Estado-sociedade que este estudo se preocupa em refletir sobre os atores sociais da cultura no mundo do trabalho, levantando, primeiramente, alguns aspectos sobre a relação entre formalidade e informalidade, para então perceber de que modo estes trabalhadores estão inseridos no mercado a partir dos processos decorrentes do capitalismo industrial. Isto permite perceber que a formalidade e a informalidade no campo da cultura não ocupam posições opostas, mas representam para o trabalhador possibilidades de atuação no mercado, de forma que a cultura se estabelece como uma atividade complementar à atividade formal, ou ainda pode ser uma atividade sazonal e, portanto, mais flexível, ampliando as alternativas de inserção do trabalhador cultural no mercado, inclusive por meio do empreendedorismo individual.

Estes apontamentos iniciais constituem-se como a base para a leitura e interpretação dos dados disponíveis no portal do Empreendedor Individual (MEI) enquanto uma política pública econômica e social, através da qual é possível pensar em inter-relações com a cultura por meio do microempreendedorismo cultural. Assim, este estudo apresenta algumas constatações sobre o MEI na cultura a partir de resultados que evidenciam a urgência do aprofundamento e análise das políticas públicas com a capacidade de articulação do eixo mercado – Estado – cultura, e, principalmente, no que tange ao microempreendedorismo no setor cultural.

Alguns apontamentos sobre a economia da cultura

Foi a partir da cisão entre artes e artesanato que a produção artística deixou de ser mera reprodução de objetos funcionais como resultado de uma atividade artesanal e técnica e passou a ser melhor dimensionado o valor estético dessa produção. Tal movimento está associado à Idade

Média, onde artistas e artesãos trabalhavam como técnicos em ateliês que funcionavam como pequenas empresas e as obras produzidas eram comercializadas, principalmente, entre príncipes e burgueses. Já no século XII, como reflexo da urbanização e do desenvolvimento econômico, esses agentes passaram a ser reconhecidos não apenas pela reprodução de técnicas mas também por suas capacidades artísticas independentes. Assim, esse movimento gerou por um lado uma aproximação dos artistas com o mercado da arte, e por outro uma crítica e resistência dos mesmos com relação ao valor econômico da sua produção, circunstâncias estas que foram fortalecidas com a expansão do capitalismo nos anos seguintes. (GREFFE, 2013)

Na perspectiva da economia, a aproximação com a cultura avançou num período de crise econômica nos anos de 1970 e se intensificou nos anos seguintes com a globalização econômica e política. Nesse mesmo período, as políticas culturais tornaram-se relevantes no cenário internacional por incentivo da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), sendo posteriormente enfraquecidas pela ação do neoliberalismo econômico, o que se reproduziu na realidade brasileira. (RUBIM, 2007a) Esse interesse não foi espontâneo, mas surgiu como efeito de transformações sociológicas, como “[...] o aumento do tempo livre e do lazer, e o crescimento dos gastos consagrados à cultura pelos diferentes atores econômicos”. (TOLITA, 2007, p. 26) Além disso, a demanda dos atores do setor cultural e a compreensão do poder público nesse contexto foram alguns fatores que despertaram os interesses dos economistas pela cultura enquanto um fenômeno socioeconômico.

Porém, não se pode negar que a polaridade entre economia e cultura estava cristalizada de tal modo que a cultura era percebida como uma responsabilidade do Estado e da sociedade e a produção e comércio dos bens e produtos culturais uma questão do mercado. Há nessa ordem pelo menos duas situações à moda *tradeoffs*: quando o mercado se sobrepõe ao Estado, em busca de maximizar a eficiência, as políticas

culturais deste último se estabelecem como uma ação para legitimação da soberania do mercado na cultura, reduzindo o Estado à manutenção dos domínios culturais que não entram numa ordem transacionável de bens e serviços culturais; quando o Estado propõe políticas de valorização da diversidade cultural e democratização da cultura, assumindo o protagonismo na configuração das políticas culturais, ele enfatiza a igualdade na alocação dos recursos à cultura, o que pode reduzir o “tamanho do bolo”, mas que não impede a mobilização do mercado cultural.

Para além de tais posições antagônicas, acredita-se que a problemática recente não reside mais em reafirmar essa dicotomia, mas em compreender a economia e a cultura de modo transversal e articulada com as demais dimensões do desenvolvimento (sociais, políticas, tecnológicas e ambientais). O que se estabelece, então, é a ideia de que “o Estado não deve ser um produtor de cultura, mas pode e deve ter a função de democratizar as áreas de produção, distribuição e consumo. Cultura é fator de desenvolvimento”. (CALABRE, 2007, p. 106)

Por essa ordem, frisa-se que a política cultural no Brasil² em face à economia da cultura reestrutura-se a partir do diálogo entre Estado e sociedade, num processo que tem como desafios: a valorização da diversidade cultural frente ao mercado globalizado; a garantia e a segurança para os produtos e o mercado cultural, ou seja, o Estado como agente regulador desse mercado; o apoio ao intercâmbio cultural internacional, numa relação de igualdade entre culturas distintas; a proteção ao patrimônio material e imaterial; a integração da cultura em nível interministerial, por meio de políticas conjuntas; a continuidade das ações para a cultura por meio de políticas capilarizadas nas gestões estaduais e municipais, como destaca. Calabre (2007).

A partir dessa perspectiva, pode-se dizer que as ações à cultura devem considerar toda produção simbólica e material resultante das interações sociais estabelecidas pelos indivíduos no cotidiano, um recurso capaz de agregar valor simbólico a um negócio, do mesmo modo em que ser o próprio negócio (dimensão organizada do circuito de

produção-distribuição-consumo dos bens e produtos culturais), como afirmam Miguez e Loyola (2007). “Na perspectiva das políticas públicas, a governança da sociedade, na atualidade, transcende o estatal, impondo a negociação como procedimento usual entre os diferentes atores sociais” (RUBIM, 2007b, p. 151), ou seja, o mercado, o Estado e a sociedade civil.

Para fins de análise desse estudo, a cultura estruturada pelo eixo mercado-Estado-sociedade constitui um conjunto de atores sociais que atuam no circuito criação-produção-distribuição-consumo dos produtos e serviços culturais, atores presentes no mundo do trabalho cultural.

Mundo do trabalho e cultura

Os debates sobre o significado do trabalho no processo de constituição do indivíduo social acentuam-se a partir da implantação de modelos de acumulação e regulação social da sociedade capitalista. O fordismo e o taylorismo foram os primeiros sistemas de gerenciamento da produção industrial adotados no pós-guerra. A linha de montagem, o controle do tempo e dos movimentos de Ford combinado com a produção em série com ênfase nas tarefas de Taylor, enfatizaram as relações sociais marcadas pela alienação do trabalho.

Já com a recessão de 1973 ocorre a reestruturação dos processos produtivos e esses modelos cederam lugar ao Toyotismo. Este, caracterizado pela produção flexível e por demanda, emprega um número mínimo de trabalhadores e cria outras formas de contratação (terceirização, trabalho temporário). Esse modelo, somado à globalização e ao político-econômico neoliberal, reorganizaram os modos de regulação e ordenamento social do mundo do trabalho nos últimos anos. (ALVES, 2011; ANTUNES, 2001)

Por consequência, as preocupações sobre a informalidade ganharam relevo nos anos de 1960, como um eixo oposto à formalidade/assalariamento, sendo uma realidade, principalmente, nos países em

desenvolvimento. É a partir desse fenômeno que ocorre a compreensão das dificuldades de incorporação dos trabalhadores no sistema produtivo e dos problemas de integração social, gerados pela exclusão no mercado formal de trabalho. A concepção de informalidade foi se constituindo de distintas perspectivas, sendo entendida como resultado: da organização social do trabalho com a industrialização das cidades; do esgotamento dos processos de urbanização e modernização; da compreensão de trabalho como sinônimo de atividade geradora de riqueza econômica; do reconhecimento apenas do trabalho assalariado permanente, necessário para a manutenção do padrão de produção e consumo e garantia da expansão econômica. Por tudo isso, a noção de informalidade “[...] compreende as atividades produtivas que não correspondiam ao parâmetro de referência – mas que, a partir da formulação dessa categoria, podiam ser apreendidas”. (SILVA, 2002, p. 89)

Entretanto, as relações sociais mundiais do trabalho, estruturadas a partir da formalidade e da informalidade, ampliam-se com a crise dos anos 1980, que deflagrou a queda do projeto político e ideológico de pleno emprego, construído a partir do eixo urbanização-industrialização-assalariamento. A retração econômica, reestruturação produtiva, terceirização, globalização e enxugamento do Estado, afetaram o mundo do trabalho, pondo na agenda, inclusive dos países desenvolvidos, o problema do desemprego. É a partir desse momento que se modifica cognitivamente a percepção da informalidade, não mais vista como antagônica ao formalismo, mas como uma categoria com contornos próprios, necessária ao sistema capitalista pela sua capacidade de mobilização produtiva de mão de obra e por incluir atividades que não se enquadram no modo de produção desse sistema. Assim, a informalidade, agora entendida como flexibilização das relações de trabalho, assume importância econômica e abre caminhos para a empregabilidade/empreendedorismo, que “[...] se encaminha no sentido de reconstruir uma cultura do trabalho adaptada ao desemprego, ao risco e à insegurança”. (SILVA, 2002, p. 101)

Mas quais implicações e articulações se percebem no campo da cultura por esta perspectiva? Como comentado no tópico anterior, na Idade Média o pagamento de salários aos artesãos pelo trabalho técnico prestado nos ateliês já denunciava a presença de relações de mercado no campo artístico. Situação acirrada pela divisão social e técnica do trabalho entre artesões e artistas, uma vez que os últimos não aceitavam e não reconheciam o trabalho de reprodução técnica, em troca de salários, como arte.

O exemplo da ruptura entre os dois grupos de trabalhadores das artes é empregado apenas com o objetivo de elucidar que as relações sociais não ficaram restritas à questão especificamente técnicas do trabalho, mas envolveram um conjunto de outras ações realizadas pelos indivíduos no processo de produção, de circulação e de consumo dos bens e produtos culturais.

Por outro lado, também a constituição de um campo de trabalho à cultura está atrelada à urbanização decorrente do capitalismo industrial, pois o aumento do contingente populacional viabiliza a formação do mercado cultural com relações sociais e econômicas próprias.

O surgimento e crescimento de áreas urbanas permitem o aparecimento de economias externas, reforçadas pelo desenvolvimento de atividades ligadas ao setor de serviços complementares direta ou indiretamente à atividade econômica principal da aglomeração. Neste contexto, a cultura, é um tipo serviço que deve ser consumido no lugar em que é produzido, é economicamente viável somente em lugares em que há uma quantidade de consumidores suficientemente grande para sustentá-la. (CROCCO; RUIZ; CAVALCANTE, 2008, p. 9)

Desta forma, as transformações econômicas e sociais do pós-guerra repercutiram no campo da cultura configurando um sistema de produção e circulação de bens e serviços no mercado da cultura no qual se estabelecem “[...] relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos”. (BOURDIEU, 2005, p. 105)

Além disso, as mudanças históricas atribuíram à cultura a sua autonomização, ou seja, a constituição do cultural “[...] enquanto campo singular, o qual articula e inaugura: instituições, profissões, atores, práticas, teorias, linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões, e conflitos”. (RUBIM, 2007, p. 141) Tal configuração passa a conformar um sistema cultural com distintos momentos: criação, inovação e invenção; transmissão, difusão e divulgação; preservação e manutenção; administração e gestão; organização; crítica, reflexão, estudo, pesquisa e investigação; e recepção e consumo. Estes momentos se constituem e se articulam por meio de políticas para a área (RUBIM, 2007b).

Além da diferenciação e especialização das atividades, desenvolvidas através do processo de divisão social do trabalho, que acompanha – em sentido negativo e positivo – a história da sociedade humana, será preciso que tais atividades agora autonomizadas, ganhem distinção social. Isto é sejam reconhecidas pela sociedade como atividades diferenciadas e especializadas. (RUBIM, 2005, p. 16)

Entretanto, ainda segundo a autora, tanto o sistema cultural, como a diferenciação e a especialização das atividades no campo cultural, até o momento, encontra-se em fase de desenvolvimento (como no caso do Brasil), sendo este um dos reflexos da própria divisão social originária do modelo capitalista de produção.

Dito isso, é possível perceber algumas questões que explicam como o mundo do trabalho na cultura se inscreveu no sistema de produção vigente: algumas atividades artísticas e culturais não se enquadravam no modo de produção, em escala, por exemplo; a resistência dos atores culturais ao mercado; a percepção marginal dos atores culturais no mercado de trabalho por parte dos economistas; a constituição de um sistema cultural reconhecido pela divisão do trabalho e especialização.

Assim, a questão de mercado de trabalho ganha à formalidade/informalidade a mesma conotação no mercado da cultura, porém com algumas peculiaridades. A mesma conotação está em supor, primeiro, que a produção da cultura dentro de uma ordem transacionável não absorveu toda a mão de obra disponível, gerando margem ao exército

de reserva ou à informalidade; segundo, associada à flexibilização das relações de trabalho, a informalidade é vista como uma adaptação ao desemprego e à insegurança. Mas, pode-se dizer que, associadas a esses dois aspectos, há peculiaridades no mercado da cultura. A oposição formalidade/informalidade na cultura não necessariamente é vista como oposição, mas como associada ou complementar: o trabalhador exerce uma atividade formal “clássica” como a principal e à atividade cultural insere-se no mercado informalmente. O caso francês da dupla atividade, por exemplo, aponta para essa problemática. Ao realizar uma pesquisa sobre o emprego na cultura da França,

[...] as pessoas entrevistadas que exercem uma dupla atividade são tentadas a considerar sua atividade artística como a principal, mesmo que não seja a mais regular nem a mais bem remunerada. Em outros casos, conscientes das escassas possibilidades de sucesso na carreira artística, hesitam em declarar-se artistas ou escritores. (HEINICH, 1990 apud BENHAMOU, 2007, p. 39)

A segunda peculiaridade, que não chega a ser um ponto *sui generis* da cultura, está na característica sazonal de algumas atividades culturais. Assim, se para alguns segmentos de mercado há a necessidade da presença de mão de obra permanente, em outros a sazonalidade estimula a contratação de acordo com a necessidade. (BENHAMOU, 2007) Formalidade/informalidade, então, são associadas à flexibilização e, de ordem prática, ao emprego temporário. Este, “[...] permite que a produção se adapte a projetos cuja continuidade não é garantida no tempo e contrate pessoas especializadas em determinadas tarefas”. (BENHAMOU, 2007, p. 41)

A partir de tais circunstâncias, entendidas como base interpretativa do mercado de trabalho na cultura, é que se quer estabelecer as conexões com a ideia de empreendedorismo no mercado cultural. Particularmente, se acredita que o microempreendedorismo individual tornou-se um fenômeno relevante para a articulação entre formalidade/informalidade, trabalho e mercado cultural no Brasil. Os tópicos a seguir procuram levantar pistas dessas conexões.

Apontamentos sobre o Programa Microempreendedor Individual (MEI)

O empreendedorismo, numa perspectiva schumpeteriana, destaca que o desenvolvimento econômico não pode ser entendido apenas pela existência e aplicação eficiente de recursos, mas pela presença de um agente empreendedor. O foco está no sujeito, empresário, como o transformador do processo produtivo e, conseqüentemente, o motor do progresso econômico. Aquele que é capaz de criar soluções para problemas, por meio da identificação de oportunidades, transformando ou propondo novos negócios. (DALLABRIDA, 2010)

O papel central do empresário empreendedor realoca a importância do dono dos meios de produção em deter a propriedade e o capital para enfatizar a liderança e a capacidade de previsão e iniciativa. Por essa ordem, ao propor novos negócios, o empreendedor “dá origem à diversificação das atividades, à geração de novas oportunidades e às mudanças estruturais características do processo de desenvolvimento”. (DALLABRIDA, 2010, p. 37)

A despeito dos diferentes usos e interpretações do pensamento de J. Schumpeter (1883-1950), o emprego da ideia de empreendedorismo se espalhou nas diversas áreas mercadológicas e políticas. Quase na mesma dimensão de articulação entre cultura e desenvolvimento, a ideia de empreendedorismo e desenvolvimento foi vista ora como entrave, ora como panaceia para o desenvolvimento econômico.

É a partir dessa “livre interpretação” que se pode introduzir o programa Microempreendedor Individual (MEI), criado por meio da Lei Complementar nº 128 de 19/12/2008, que estruturou as condições para os trabalhadores autônomos e microempreendedores informais passem a atuar em seus negócios de forma regularizada. Programa que retoma as discussões entre formalidade/informalidade no mercado de trabalho, como se fosse um movimento de passagem de uma instância à outra com registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e o acesso a outros benefícios, tais como: direito à crédito e financiamento

bancário; isenção e/ou redução nos encargos e tributos fiscais; cobertura previdenciária; dentre outros.

Enquanto política que procura resolver um problema público, o MEI pode ser considerado positivo em dois aspectos. Sob o ponto de vista social o microempreendedor passou a contribuir para o sistema previdenciário e, portanto, tem um direito assegurado. Em estudo publicado pelo Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (Ipea) em 2014,³ 75% dos empreendedores do Brasil atuavam informalmente (sem CNPJ), logo, não contribuía para a previdência social. Após a implantação do MEI em 2009, a pesquisa revelou que o principal aspecto positivo foi a formalização crescente com vista à contribuição para o sistema previdenciário. Já na perspectiva econômica, o indivíduo registrado como MEI entra na esfera de mercado ao ampliar a base formal da economia, além de contribuir com a arrecadação tributária.

Entretanto, alguns questionamentos sobre como esta política tem se consolidado na prática são levantados, pois a questão da informalidade não pode ser reduzida somente a um problema econômico. Vale lembrar que na informalidade estão inscritos aspectos sociais e históricos que apenas pelo enfoque econômico não podem ser resolvidos. (CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2014) O empreendedorismo no Brasil, ainda que associado à economia como inovação e expansão dos negócios,⁴ também se expressa por uma questão de sobrevivência. Em outros termos, a escolha por empreender não é simplesmente uma condição de perfil, mas de manutenção da existência no capitalismo. (NAUDÉ, 2010 apud CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2014)

São essas as faces do empreendedorismo no Brasil. Por um lado representa a autonomia do indivíduo; por outro, deflagra a falta de oportunidade de trabalho como consequência da massificação tecnológica e industrial, que empurra as pessoas à informalidade. E daí que o MEI parece ser uma alternativa aceitável ao trabalhador.

Em um estudo realizado por Oliveira (2013) foi possível identificar os efeitos do MEI entre os empreendedores individuais oriundos do

mercado de trabalho ao apontar quantos migraram para o MEI motivados apenas por uma oportunidade para empreender ou por uma questão de sobrevivência no mundo do trabalho.⁵ As principais constatações foram: 51,5% dos MEIs são do grupo dos “demitidos”. Para estes, a política representou a reinserção no mercado formal daqueles que tiveram seu vínculo empregatício extinto. Esse grupo deu vazão a um processo de terceirização ou substituição do emprego pela prestação de serviços. Constatação igualmente apresentada por Corseuil, Neri e Ulyssea (2014); 12,3% são do grupo dos “decididos”, que corresponde aos MEIs que realizaram o movimento de forma espontânea. Este grupo é formado por indivíduos que pediram demissão ao identificar no programa a oportunidade para empreender, destacando-se a presença de jovens com alta escolaridade, porém de baixa renda.

Nota-se, assim, que a configuração do MEI teve efeitos positivos no mercado de trabalho, mas se reconhece que longe de ser uma panaceia para o trabalhador, as consequências não intencionais da ação foram alternativas aos problemas estruturais do desenvolvimento econômico brasileiro. De toda forma, deve-se ter em mente que o microempreendedorismo não se resume à livre capacidade do indivíduo de liderança, prospecção e iniciativa (com vista à eficiência); que empreender por vezes é a única alternativa; que o mercado se apropria dos benefícios (substituição do emprego pela prestação de serviços em busca da eficiência). É sob essa perspectiva que o tópico a seguir procura dar pistas à compreensão do microempreendedorismo na cultura.

Microempreendedorismo e cultura (ou setores culturais)

À guisa do exposto, tratar do microempreendedor cultural não é conceituar, à moda do liberalismo econômico e demais aproximações, uma pessoa que simplesmente tem a “capacidade de identificar oportunidades de negócios”. Reconhecer e reduzir a este conceito ignora todas

as relações estabelecidas na ordem capital do mercado de trabalho e da economia da cultura, situação que este estudo procura se afastar.

A compreensão do Programa Microempreendedor Individual (MEI) no campo da cultura parte do reconhecimento de que as políticas culturais, como assinalou Calabre (2007), devem ser pensadas a partir de um modelo de gestão com capacidade integração das ações do Estado, através de seus ministérios, por exemplo. E de que a economia da cultura se ocupa de compreender as atividades culturais, não apenas pelo viés econômico, mas também pelas relações sociais estabelecidas no circuito de produção-circulação-consumo.

Assim, no intuito de lançar questionamentos e apontar algumas informações mais plausíveis de reflexão, dando pistas à compreensão do microempreendedorismo na cultura, a seguir são apresentados alguns números sobre o MEI relacionado à cultura no Brasil. Os dados foram extraídos do portal do Empreendedor do Sebrae e, a partir da seleção dos códigos nacionais de atividades econômicas, categorizados por meio dos domínios culturais da Unesco.⁶ Têm-se, então, uma gama de atividades nucleares à produção cultural no Brasil.⁷

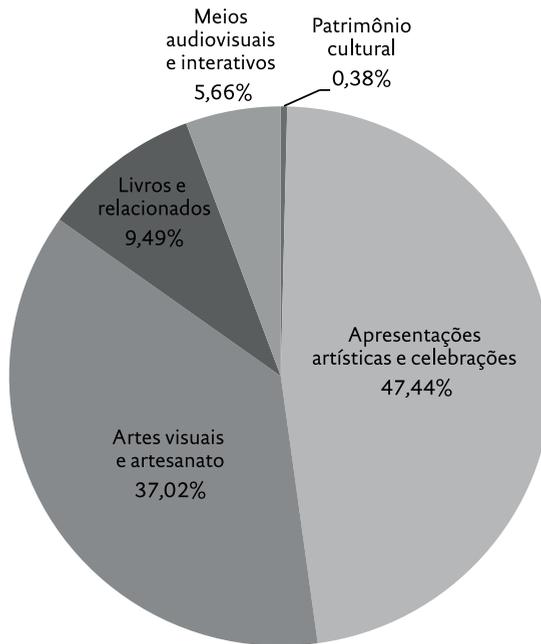
Em que pese o risco de categorizar tais microempreendedores como atividades ligadas à cultura e ao mesmo tempo de não incluir outras, faz-se importante mencionar que a política do MEI no Brasil não abarca todas as atividades econômicas contidas no CNAE. Além disso, a associação com as atividades culturais é um exercício metodológico já realizado pelo Sebrae como uma política dirigida à formalização desses indivíduos naquilo que se reconheceu como atividades culturais e, mais abrangente, criativas.

Os dados coligidos em novembro de 2016 apontam no Brasil 6.256.894 microempreendedores individuais. Destes, 417.435 foram identificados como MEIs ligados aos domínios nucleares da cultura, quantidade que corresponde a 6,67% do MEI total do Brasil. Comparativamente ao universo do MEI nota-se uma baixa proporção dos empreendedores reconhecidos como nucleares à cultura, o que

permite inferir que pelas dimensões do Brasil o MEI na cultura não seguiu as projeções de produto interno bruto, trabalhadores ocupados, dentre outros, que parecem ser alavancados pela cultura.

A seguir, o gráfico mostra a categorização dos MEIs a partir dos domínios culturais.

Gráfico 1 – Percentual de microempreendedores individuais por domínio cultural (2016)



Fonte: elaboração do autor (2016).

Para algumas leituras desse gráfico torna-se pertinente retomar o pensamento de Linda Rubim (2005) em que a diferenciação e a especialização das atividades são consequências do processo de divisão social do trabalho, sendo que tais atividades precisam ser reconhecidas

pela sociedade como diferenciadas e especializadas. Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer que diferenciação e especialização são consequências de uma significativa estruturação do campo dessas atividades.

Dito isso, percebe-se a pífia participação no patrimônio. O baixo percentual pode ser descrito, primeiro, pelas poucas atividades ligadas ao setor; segundo, por justamente demandar um grau maior de especialização. A concentração de MEIs nesse domínio está na restauração e conservação de lugares e prédios históricos.

Por outro lado, nota-se que a estruturação e a divisão social do trabalho no microempreendedorismo cultural está concentrada nas “apresentações artísticas e celebrações”. Aqui, pode-se acrescentar à perspectiva de Linda Rubim (2005) que o reconhecimento pela sociedade também ocorre, em uma relação de oferta e demanda no mercado cultural, pelo consumo de bens e serviços culturais. No entanto, o valor absoluto representa pouco mais do que 198 mil microempreendedores neste domínio. Para elucidar a tipologia dos microempreendedores culturais nesse segmento, a seguir apresenta-se um quadro com os números absolutos dos MEIs pelo código CNAE associados as apresentações artísticas e celebrações.

Quadro 1 – Números absolutos dos MEIs pelo código CNAE associados as apresentações artísticas e celebrações

CNAE	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
8230001, 8230002, 9001905	Festas, eventos e demais espetáculos (organização e produção)	109283
9001902, 8592903, 5920100, 3220500	Música (produção, ensino, edição e fabricação de instrumentos)	38483
8592999	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	28223
9001906	Atividades de sonorização e de iluminação	12952
9001901	Teatro (produção e ensino)	6405
9001999, 8592902	Artes cênicas (ensino, criação e produção)	2686
9001903, 8592901	Dança (produção e ensino)	06

Fonte: elaboração do autor (2016).

Se o domínio das apresentações artísticas (como dança, música e teatro) é um dos vetores do desenvolvimento cultural no Brasil, representativos da diversidade cultural, parece que o MEI ainda não é uma alternativa potencializada no mercado da cultura. Chega a ser alarmante que a produção e o ensino da dança, em novembro de 2016, tivessem apenas seis “empreendedores” no país.

Ademais, a apresentação de tais números só corrobora com a constatação da pífia densidade de MEIs na cultura. Tanto como na primeira parte dessa reflexão foram expostas algumas pistas teóricas sobre o mercado de trabalho e o empreendedorismo na cultura, a breve descrição da realidade brasileira também dá pistas para problemas e reflexões que parecem ser urgentes de estudo. As considerações finais procuram sistematizar tais constatações.

Considerações finais

O tom claramente ensaístico deste capítulo procurou sistematizar algumas reflexões e, mesmo, dilemas encontrados até o momento na realização da pesquisa sobre o microempreendedorismo na cultura e a inserção produtiva das mulheres. Antes da entrada na discussão de gênero, há implicações mais abrangentes sobre o mercado da cultura (trabalho e empreendedorismo) e a configuração do Brasil. Eis, então, que alguns tópicos são reflexivos e aqui buscam ser compartilhados à guisa da conclusão.

O dilema do empreendedorismo – se o empreendedorismo está apenas associado à livre capacidade do indivíduo de liderança, prospecção e iniciativa (com vista à eficiência), então os dados do MEI podem denotar que na cultura há indícios de uma parca capacidade individual. Dilema perigoso, já que empreender também diz respeito ao meio empreendedor, a estrutura econômica, social e política que constitui cada campo. Além disso, empreender pode ser sinônimo de formalização,

leia-se criar um MEI, e a associação pode ser por necessidade de sobrevivência no mercado de trabalho.

O mercado é geralmente uma boa maneira de organizar a atividade econômica – a citação incidental do sexto princípio da economia é para lembrar que nem sempre a mão invisível é uma boa maneira. A exposição de Corseuil, Nerie Ulyssea (2014) e de Oliveira (2013) apontam que o mercado se apropria dos benefícios do MEI para a substituição do emprego pela prestação de serviços. Tema preocupante e atual no Brasil. Na cultura, o MEI pode ir ao encontro dessa perspectiva a partir das características sazonais de algumas atividades culturais. Afinal, se para alguns segmentos há a necessidade da presença de mão de obra permanente, em outros a sazonalidade estimula a contratação de acordo com a necessidade.

Cultura, diferenciação, especialização e empreendedorismo – diferenciação e especialização são consequências de uma significativa estruturação de determinado domínio cultural a partir da divisão social do trabalho. O grau de intensidade do empreendedorismo, mais especificamente do MEI na cultura, pode estar associado à relação formalidade/informalidade que se constitui pela diferenciação e especialização: o trabalhador exerce uma atividade formal “clássica” como a principal e à atividade cultural insere-se no mercado informalmente, não necessitando tornar-se um “empreendedor”.

De todo modo, por fim, reafirma-se o tom não conclusivo dessas sentenças, na intenção de ampliar e consolidar uma discussão plausível de aceitação científica. Os estudos seguirão.

Notas

- 1 Por atores culturais entende-se como aqueles “envolvidos na produção, viabilização, divulgação e consumo de bens e produtos culturais: artistas, patrocinadores, agente, mídia e público”. (NUSSBAUMER, 2000, p. 15)
- 2 As reflexões sobre política cultural no país são recentes, embora as articulações no campo da cultura na forma de políticas públicas tenham iniciado ainda durante o governo de Getúlio

Vargas (1930-1945). Entre os anos de 1946 e 1960, a ação do Estado foi retraída diante do crescimento da indústria cultural brasileira. Já nos anos seguintes, mais precisamente a partir de 1964, as políticas culturais foram marcadas pela forte presença do Estado, por meio da criação de instituições para regulamentação do setor cultural. Entre 1985 e 2002 houve a retração gradativa da participação do Estado no âmbito cultural, como consequência do neoliberalismo econômico, sendo esta participação retomada nos anos posteriores, num esforço de reformulação e fortalecimento da institucionalidade da cultura. (CALABRE, 2009)

- 3 Pesquisa realizada com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (IBGE, 2011 apud CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2104) No estudo não foram considerados os dados do setor agrícola, os trabalhadores não remunerados, os trabalhadores domésticos, os agregados, os pensionistas e os indivíduos com idade inferior a 10 anos. Também não foram observados os dados PNAD do Distrito Federal. (CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2104)
- 4 Além disso, há de se considerar o lado atrativo do empreendedorismo que leva as pessoas em transição a acreditarem no negócio próprio como alternativa de trabalho e renda, com mais flexibilidade e independência. Esse é o argumento de muitos economistas, agências de desenvolvimento e governos que vislumbram no empreendedorismo uma alternativa para enfrentamento do desemprego, geração de novos negócios e desenvolvimento econômico. (OLIVEIRA, 2013)
- 5 Os resultados foram obtidos pela análise dos dados do Cadastro do Microempreendedor Individual - extraído do Cadastro Nacional de Empresas (CNE), e da Relação Anual de Informações Sociais (Rais). Foi considerado o universo de MEIs encontrados na Rais, ou seja, 49,9% do universo de MEIs registrados entre 2009 e 2012, via programa.
- 6 A metodologia está baseada num estudo anterior de Martins e Oliveira (2016) associado com os domínios culturais da Unesco. Assim, foram categorizados os códigos CNAE considerando os campos do Patrimônio cultural; Apresentações artísticas e celebrações; Artes visuais e artesanato; Livros e relacionados; Meios audiovisuais e interativos. No presente estudo foram excluídos às atividades referentes aos serviços e desenhos criativos por se entender uma ênfase maior na economia criativa.
- 7 Patrimônio cultural – microempreendedores relacionados ao patrimônio material, apresentando atividades de restauração e conservação de lugares e prédios históricos. Apresentações artísticas e celebrações – gama de microempreendedores responsáveis pela criação literária, musical e performática; edição, fabricação ou produção de atividades ou produtos musicais ou cênicos; ensino de dança, música e demais referente às apresentações artísticas e celebrações; dentre outros. Artes visuais e artesanato – microempreendedores relacionados diretamente com a criação e produção de artesanatos; artistas plásticos; Atividades de produção e laboratório de fotografias. Livros e relacionados – microempreendedores ligados à produção ou edição de livros, jornais e revistas. Meios audiovisuais e interativos – atividades de microempreendedores relacionadas aos serviços de dublagem; mixagem em produções audiovisuais; e pós-produção cinematográfica.

Referências

- ALVES, G. *Trabalho e subjetividade: o espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório*. São Paulo: Boitempo, 2011.
- ANTUNES, R. *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. São Paulo: Cortez Editora, 1995.
- BENHAMOU, F. *A economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- BRANT, L. *O poder da cultura*. São Paulo: Peirópolis, 2009.
- CALABRE, L. Políticas Culturais. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A. (Org.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 87-107.
- CALABRE, L. *Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- CORSEUIL, C. H. L.; NERI, M. C.; ULYSSEA, G. *Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais*. Brasília, DF: Ipea, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2937/1/TD_1939.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2017.
- CROCCO, M.; RUIZ, R. M.; CAVALCANTE, A. *Redes e polarização urbana e financeira: uma exploração inicial para o Brasil*. Belo Horizonte: UFMG: CEDEPLAR, 2008.
- DALLABRIDA, V. R. *Desenvolvimento regional: por que algumas regiões se desenvolvem e outras não?* Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010.
- DURAND, J. C. *Política cultural e economia da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2013.
- GREEF, X. *Arte e mercado*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2013.
- MARTINS, T. C.; OLIVEIRA, V. S. *Política e economia da cultura e os gastos públicos municipais: um estudo na Região das Missões - RS*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2016.

MIGUEZ, P.; LOIOLA, E. Sobre cultura e desenvolvimento. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3., 2007, Salvador. *Anais...* Salvador: Enecult, 2007. p. 1-16. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/ElizabethLoiola_PauloMiguez.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2017.

NUSSBAUMER, G. M. *O mercado da cultura em tempos (pós)modernos*. Santa Maria: Ed. UFSM, 2000.

OLIVEIRA, J. M. Empreendedor individual: ampliação da base formal ou substituição do emprego. *Radar: tecnologia, produção e comércio exterior*. n. 25, abr. 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/130507_radar25_cap3>. Acesso em: 2 fev. 2017.

RUBIM, L. Produção cultural. In: RUBIM, L. (Org.). *Organização e produção da cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005. p. 13-31.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: Políticas culturais no Brasil. RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A. (Org.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2007a. p. 11-36.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais: entre o possível & o impossível. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007b. p. 139-158.

SILVA, L. A. M. Da informalidade à empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho). *Caderno CRH*. Salvador, n. 37, p. 81-109, jul./dez. 2002.

TOLILA, P. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

YÚDICE, G. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

Trabalho e renda na economia criativa de Salvador

*Daniele Pereira Canedo**

Introdução

As relações entre cultura, criatividade e economia ganharam destaque nas últimas décadas e provocaram uma onda internacional de otimismo. Desde o início dos anos 1990, diversos governos e instituições adotaram novos conceitos e classificações das atividades profissionais relacionadas com os campos das artes, da cultura e da tecnologia e incluíram tais atividades em planos de políticas públicas como alternativa de promoção do desenvolvimento. Este contexto deu impulso a configuração da chamada Economia Criativa (EC), campo recente e em processo de consolidação, que ganhou destaque na

* Professora Adjunta do Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas (Cecult), da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e vice-coordenadora do Observatório da Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA).

atualidade principalmente por conta dos indicadores de movimentação financeira e geração de emprego e renda.

Dados da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) indicam que o comércio mundial de bens e serviços criativos bateu o recorde de US\$ 624 bilhões em 2011. (UNCTAD, 2013) O relatório *Criando Crescimento - medindo mercados culturais e criativos na União Europeia* (ERNST & YOUNG, 2014), afirma que tais mercados geram € 535,9 bilhões e são responsáveis por 4,2% do Produto Interno Bruto (PIB) anual da União Europeia. O relatório destaca que o número de pessoas envolvidas em empregos criativos formais e informais é de sete milhões, o que corresponde a 3,3% da população europeia economicamente ativa. Tais dados colocam a EC na terceira posição no ranking de geração de emprego, atrás apenas da construção civil e do setor de alimentação, e gerando 2,5 mais empregos que o setor automotivo e cinco vezes mais do que a indústria química. (ERNST & YOUNG, 2014)

No Brasil, segundo dados do Ministério da Cultura (MinC), os setores criativos baseados em empregos e empreendimentos formais geraram R\$ 104,37 bilhões, contribuindo com 2,84% do PIB nacional em 2010. (BRASIL, 2012) Trata-se de um setor com crescimento anual de 6,13% a.a., superior ao crescimento médio anual do PIB brasileiro, que foi de cerca de 4,3%. A análise realizada pelo MinC afirma tratar-se de setores dinâmicos com tendência a crescer a participação no PIB. (BRASIL, 2012) Segundo a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), em 2013, 251 mil empresas atuavam nos setores criativos no Brasil, o que representa um crescimento de 69,1% em relação ao número de empresas mapeadas em 2004. A Firjan defende que a economia criativa gerou um PIB de R\$ 126 bilhões para o Brasil em 2013 e que existem 892,5 mil profissionais atuando formalmente na economia criativa brasileira. (FIRJAN, 2014)

Na Bahia, a Secretaria de Cultura (Secult) indica a existência de cerca de 171 mil ocupados nos setores criativos, representando 2,6% do total

de ocupados. (BAHIA, 2014a) Já a pesquisa “Ocupação e trabalho na economia criativa do estado da Bahia 2010”, publicada pela Secult no Infocultura 07 (2014), indica que mais de 165 mil pessoas trabalham nos setores criativos em toda a Bahia e que 76 mil estão no território Metropolitano de Salvador (RMS). (BAHIA, 2014b) O total de ocupados na RMS representa 46,36% do total de ocupados dos setores criativos na Bahia. Interessante notar que, de acordo com a publicação, 26% dos ocupados em geral estão na RMS. (BAHIA, 2014b) Portanto, os dados indicam uma concentração ainda maior de trabalhadores dos setores criativos na capital baiana.

O sonoro e estilizado carrinho de café, a famosa gastronomia afrodescendente e as complexas cadeias produtivas da música e do carnaval são apenas alguns exemplos de como trabalhadores de Salvador empregam o talento pessoal e as potencialidades do entorno para empreender na geração de bens, produtos e serviços de valor simbólico. Segundo John Howkins (2001), a economia criativa começa com o indivíduo, que observa o seu contexto e cria. Richard Florida (2002) ressalta a perspectiva ocupacional de análise da economia criativa. Para o autor, a classe criativa é formada por pessoas que escolhem ter um estilo de vida no qual utilizam o talento pessoal e o conhecimento formal no exercício profissional, em geral de forma autônoma e independente, visando a inovação. Para o autor, estas pessoas costumam escolher viver em cidades cujo ambiente urbano oferece a congregação dos 3 T’s – talento (capital humano), tecnologia e tolerância (convivência em sociedade e diversidade cultural). Por outro lado, ele afirma que tais profissionais contribuem para a formação de redes urbanas que fomentam o desenvolvimento socioespacial de forma transversal. (FLORIDA, 2002)

Este artigo apresenta parte dos resultados da pesquisa “Salvador mais Criativa: atores e redes culturais e criativas de Salvador”¹ que buscou delinear perfis dos trabalhadores da economia criativa de Salvador. O artigo está dividido em quatro sessões. Primeiro, são apresentados os conceitos, a categorização e a metodologia que foram adotados na

pesquisa. Em seguida, são discutidos os resultados em duas sessões: perfil dos ocupados e perfil da ocupação. Por fim, são apresentadas as conclusões da pesquisa sobre o trabalho criativo na capital baiana.

Delimitação conceitual e metodológica

Françoise Benhamou (1996) propõe três fases na delimitação do campo da economia criativa. A primeira fase inclui três eixos: o espetáculo vivo, as belas artes e o patrimônio. A segunda fase surge com a emergência do conceito de indústria cultural na Escola de Frankfurt em meados dos anos 1940. Por fim, a terceira fase, mais contemporânea, estabelece-se com o aparecimento e a consolidação do conceito de indústrias criativas, a partir dos anos 1990. Seguindo a mesma cronologia, Paulo Miguez (2008), traça uma linha evolutiva de meados dos anos 1930 até o início dos anos 2000 a partir da ampliação gradativa do conglomerado de setores incluídos sob o mesmo guarda-chuva conceitual desde a economia das artes até a economia criativa. A economia das artes, mais específica, comumente é relacionada aos setores artísticos ou a um setor em particular. A economia da cultura inclui as artes, o patrimônio e as expressões culturais tradicionais. O termo indústrias culturais tem relação com a indústria do entretenimento, os meios de comunicação e a produção audiovisual, e está muito relacionado com a crítica à submissão da arte à lógica mercantilista. Já a economia criativa não se limita ao campo cultural e também está relacionada à tecnologia e a práticas inovadoras que exploram o conhecimento e a criatividade na produção, distribuição e no estímulo ao consumo de bens e serviços em diversos setores econômicos. (CANEDO; DANTAS, 2016) Outras classificações incluem setores como bioengenharia e robótica que, apesar de se basearem no talento e no conhecimento como matéria-prima, comumente não são associados diretamente à economia criativa.

Na literatura acadêmica, em planos de governo e em documentos institucionais, existem múltiplas definições e diferentes modelos

estruturais que tentam classificar os setores inclusos na economia criativa, sem que nenhum tipo de consenso tenha sido acordado até o momento. Com base na revisão de literatura, este artigo adota uma compreensão ampla e inclui na economia criativa as atividades profissionais que: 1) tem como principal matéria-prima a criatividade pessoal ou coletiva; 2) representam a relação entre arte, cultura, economia e tecnologia; 3) geram bens, serviços ou produtos com valor simbólico; 4) envolvem um sistema de criação, produção, distribuição e consumo/fruição; 5) tem resultados que podem ser avaliados a partir de critérios econômicos, culturais ou sociais. Nesta compreensão, o trabalho criativo pode representar um meio de sustento pessoal, mas nem sempre está inserido em um modelo de negócio lucrativo baseado na economia de mercado. Ademais, pode ser desenvolvido por profissionais altamente capacitados ou por aqueles que produzem a partir do conhecimento tradicional e popular.

É importante ressaltar que adota-se neste trabalho a compreensão de que tais conceitos não sucederam uns aos outros, desativando os anteriores, mas continuam atuais e aplicáveis a casos particulares ou gerais, de acordo com a necessidade. Assim, é possível discutir a economia das artes, ou a economia da música, por exemplo, a partir da análise das especificidades internas de cada setor. Ademais, entende-se que o conceito de economia criativa associa setores dessemelhantes sob a mesma égide, como artesanato e jogos digitais. Em alguns casos, tal agrupamento gera análises equivocadas sobre características, demandas e potencialidades dos setores criativos. Por fim, o conceito de indústrias culturais cunhado por Max Horkheimer e Theodor Adorno continua atual na medida em que critica a subsunção do trabalho artístico à lógica mercantilista (BOLAÑO, 2000), ou seja a arte que passa a ser usada como veículo de produção da coesão social pelo consumo capitalista.

Por outro lado, a preocupação com a subsunção da cultura ao capital tende a fomentar a oposição e o distanciamento entre os artistas e o sistema comercial. Diversos artistas e realizadores preferem não se

envolver com a dimensão econômica da produção artística e cultural acreditando que tal envolvimento pode resultar na perda de autonomia e posicionamento crítico. Este artigo defende que a compreensão das potencialidades, limites e especificidades da cadeia produtiva da cultura é fundamental para garantir acesso aos direitos à realização artística e à fruição cultural, de modo a promover a diversidade cultural. (UNESCO, 2005)

No Relatório da Economia Criativa 2013, a Unesco analisa a evolução e as diferenças entre alguns modelos recentes de categorização. (UNESCO, 2013) A instituição opta pelo uso e adaptação do modelo de círculos concêntricos, baseado no trabalho original de David Throsby (2001). A classificação adotada pelo MinC (BRASIL, 2012) e pela Secult da Bahia (2014) foi inspirada no modelo dos círculos concêntricos, porém inclui setores culturais adaptados à realidade do contexto nacional. O modelo brasileiro divide os setores criativos em cinco categorias: patrimônio; expressões culturais; artes dos espetáculos; audiovisual, livro, leitura e literatura; e criações culturais funcionais. (BRASIL, 2012)

Na delimitação da pesquisa apresentada neste artigo, optou-se por uma adaptação do modelo adotado pelo MinC e pela Secult, de modo a viabilizar a comparação dos resultados com outros estudos publicados. Entretanto, optou-se pela inclusão de setores que são considerados no modelo de círculos concêntricos da Unesco (2013): fotografia; criação literária; rádio; televisão; softwares educativos e de lazer; publicidade; e gastronomia (Quadro 1). Adicionalmente, a pesquisa optou pela criação da categoria “Outros: produção, gestão, pesquisa e áreas correlatas” para incluir profissionais da área meio, como produção cultural, pesquisa e formação. Deste modo, o modelo adotado apresenta seis categorias e 30 setores. Tendo em vista que a economia criativa não é um todo homogêneo, mas sim um complexo de setores com características distintas, o artigo apresenta análises na dimensão geral da economia criativa e com recortes por categorias.

Quadro 1 – Setores EC da pesquisa “Atores e Redes Culturais e Criativas de Salvador”

CATEGORIAS	SIGLA	SETORES	
Patrimônio	Patrimônio	Arquivos Museus	Patrimônio Material Patrimônio Imaterial
Expressões Culturais	ExC	Artesanato Arte Digital Artes Visuais Culturas Afro-brasileiras	Culturas Populares Culturas Indígenas Festas e Celebrações Fotografia
Artes do Espetáculo	AE	Circo Dança	Música Teatro
Audiovisual, Livro, Leitura e Literatura	ALLL	Cinema e Vídeo Criação Literária Televisão	Publicações e Mídias Impressas Rádio
Criações Culturais e Funcionais	CCF	Arquitetura Design Moda	Produção de softwares educativos e de lazer Publicidade Gastronomia
Outros: produção, gestão, pesquisa e áreas correlatas	Outros	Produção, gestão, organização da cultura	Formação e Pesquisa Áreas correlatas

Fonte: elaboração própria a partir de Brasil (2012), Unesco, (2013), Bahia (2014a) e Unctad (2015).

Este artigo apresenta um perfil dos ocupados nos setores criativos soteropolitanos a partir da análise de três bancos de dados: IBGE Censo 2010; pesquisa amostral em Salvador e Região Metropolitana; e pesquisa setorial. Para analisar a base de dados do IBGE foi necessário usar codificação para extrair as informações dos arquivos e converter os dados extraídos em planilhas. Primeiro, aplicou-se filtro de localização para identificar os entrevistados de Salvador e Região Metropolitana. Em seguida, fez-se necessário filtrar os entrevistados para trabalhadores da economia criativa de Salvador.

As ocupações poderiam ser selecionadas por duas bases: a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0), que abrange

um maior número de profissões tendo em vista que filtra por atividade criativa, e o Cadastro Brasileiro de Ocupações (CBO), que filtra por profissões da economia criativa, o que limita a seleção dos indivíduos, porém garante a possibilidade de informações mais específicas da área. Em uma primeira tentativa de seleção, foram encontrados 3191 indivíduos pelas atividades incluídas na CNAE e 993 ocupados adotando o filtro do CBO. Todavia, buscando alguma aproximação metodológica com outras pesquisas desenvolvidas na Bahia, decidiu-se selecionar, a partir do CBO, as mesmas ocupações utilizadas pela pesquisa “Ocupação e Trabalho na Economia Criativa do Estado da Bahia 2010”, publicada pela Secult (2014). Foram selecionadas 150 ocupações classificadas em seis categorias e 30 setores.

A pesquisa amostral foi executada pela empresa P & A Pesquisa e Análise em 13 municípios da Região Metropolitana de Salvador, no escopo das pesquisas realizadas pelo Plano Salvador 500. O questionário foi aplicado a 3.600 pessoas, presencialmente, em suas residências. Além de questões gerais do perfil socioeconômico, o questionário incluiu quatro questões sobre ocupação na economia criativa. A primeira questão teve por objetivo identificar se a pessoa trabalhou em setores criativos no período de 2012 a 2014. No caso da resposta à primeira questão ser positiva, o entrevistador seguia aplicando o questionário para saber quantas horas semanais foram dedicadas à atividade, a renda média mensal proveniente de tal atividade e o percentual da remuneração total. A pesquisa identificou 79 ocupados nos setores criativos da RMS. O cálculo amostral aponta que a população criativa da RMS seria de aproximadamente 58 mil pessoas.

A pesquisa setorial foi realizada pela internet para detalhar informações e acrescentar discussões que não foram contempladas nas pesquisas mais amplas. A partir das indicações colhidas na fase de revisão de literatura, foi possível elaborar um questionário visando identificar o perfil dos trabalhadores. O questionário é composto por 30 questões sendo 25 de múltipla escolha, três escalas de classificação *Likert* e

duas questões abertas de indicação de parceiros para análise de redes. Utilizou-se o serviço pago do site *Survey Monkey* para a realização da pesquisa na internet.

O questionário foi disponibilizado na internet² com ampla divulgação nas redes sociais e por mensagens pessoais para endereços eletrônicos do banco de dados disponibilizado pela Secult da Bahia. A estratégia de divulgação teve por objetivo fomentar uma ampla participação de profissionais criativos de Salvador. A coleta de respostas aconteceu durante três meses, no período de 26 de abril a 29 de julho de 2015, totalizando 605 respostas recebidas. Os respondentes gastaram em média cinco minutos para finalizar a pesquisa.

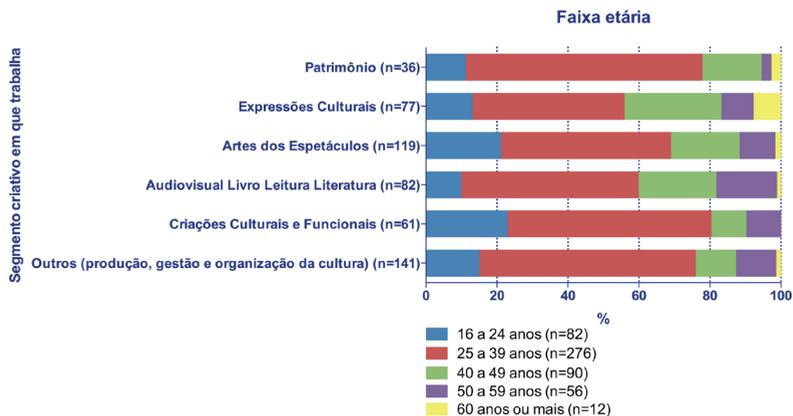
Os questionários recebidos foram submetidos a um processo de triagem para identificar e excluir os inválidos (incompletos ou repetidos). No final, 535 questionários foram considerados válidos, o que representa um intervalo de confiança de 95% e uma variação de aproximadamente 4% em relação ao total de trabalhadores da economia criativa da RMS, segundo a Secretaria de Cultura da Bahia (2014). Após as etapas de formatação e seleção dos dados, foram aplicadas metodologias de contagem da estatística descritiva. Esta contagem foi feita com auxílio do software *SPSS* e a plotagem dos gráficos foi realizada no software *GraphPad 6*.

É importante ressaltar que a amostra conta com respondentes de todas as categorias e setores da economia criativa. A aplicação de metodologias de estatística descritiva buscou identificar o perfil da população que atua nos setores criativos em Salvador. Vale notar que o Censo IBGE 2010, a pesquisa amostral e a pesquisa setorial incluem dados de outros municípios que compõem a Região Metropolitana. Todavia, a amostra de respondentes das outras cidades é pequena e, por isso, optou-se por focar os resultados nos dados de Salvador.

Perfil socioeconômico dos trabalhadores criativos

A pesquisa no banco de dados do IBGE revelou que 65% dos trabalhadores dos setores criativos de Salvador são homens. O cenário se repete na análise a partir do cruzamento por categorias da economia criativa. Na categoria Criações Culturais e Funcionais (CCF), 83% são homens. As pesquisas amostral e setorial registram equilíbrio entre o número de homens e mulheres. Na pesquisa amostral, 51% dos respondentes são mulheres e 47% são homens. A pesquisa setorial também registra uma pequena diferença entre o número de mulheres (57%) e homens (43%). Tal equilíbrio se repete no cruzamento do sexo por categorias, com prevalência das mulheres nas categorias Patrimônio (72,2%) e Outros (66,7%). Os dados vão de encontro aos resultados da pesquisa do Censo IBGE 2010, cujos entrevistados eram, na maioria, homens (65%). Tal discrepância pode estar relacionada com o crescimento recente da participação das mulheres no campo de trabalho ou com o perfil da pesquisa, que entrevista o chefe da família em cada residência.

Figura 1 – Faixa etária dos ocupados na EC de Salvador por categoria (Setorial)

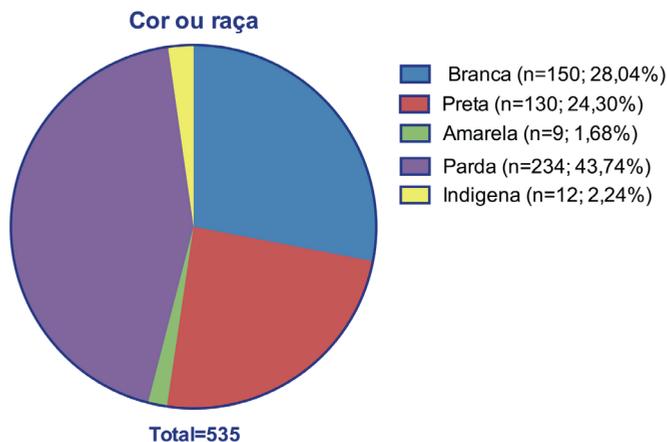


Fonte: elaboração do autor (2015).

maioria dos trabalhadores entrevistados pelo IBGE está na faixa de 25 a 39 anos de idade (51%). Na categoria CCF, 71% dos ocupados está nesta faixa etária. A categoria Audiovisual, Livro, Leitura e Literatura (ALLL) é a que agrega ocupados nas menores e maiores faixas etárias - 7% dos ocupados está na faixa dos 10 a 15 anos e 15% tem 60 anos ou mais. O percentual de ocupados de 16 a 24 anos (17%) é maior na categoria Artes dos Espetáculos (AE). Por outro lado, a maioria dos profissionais com 60 anos ou mais atua na categoria Outros, que reúne profissionais das atividades meios e áreas correlatas - produção, gestão, organização da cultura, pesquisadores, professores e profissionais. Na pesquisa setorial,³ a faixa etária dos 25 ao 39 anos também representa a maioria dos ocupados no geral (51,36%) e no cruzamento por categoria da economia criativa. O dado sobre a predominância dos trabalhadores de 25 a 39 anos coincide com os percentuais da pesquisa do IBGE. A categoria CCF é a que apresenta maior percentual de trabalhadores jovens, na faixa de 16 a 24 anos (23%); e a categoria Expressões Culturais é a com maior percentual de trabalhadores acima de 60 anos (7,8%).

De acordo com os dados do IBGE, a maioria dos profissionais se considera branca (47%) ou parda (39%), com apenas 13% declarados como sendo de cor preta ou raça negra. Nas pesquisas amostral e setorial, a maioria dos participantes se declara parda, com percentuais de 50% e 44%, respectivamente, porém também são representativos os números de respondentes que se declaram brancos na pesquisa setorial (28%) e pretos, nas duas pesquisas (44% na amostral e 24% na setorial). No cruzamento dos resultados da pesquisa setorial por categorias, a ordem dos resultados se repete na maioria das áreas (pardos, brancos e pretos). A exceção acontece na categoria Patrimônio, cujos entrevistados se declaram pardos (44,4%), pretos (33,3%), brancos (16,7%) e amarelos (5,7%). Todavia, no geral, o número de ocupados que se declaram de cor preta ou raça negra ainda é menor do que os indicadores de pardos e brancos, o que é surpreendente levando em consideração a intensa influência da cultura afrodescendente nos setores criativos da Bahia.

Figura 2 – Cor ou raça dos ocupados na EC de Salvador e RMS (Setorial)



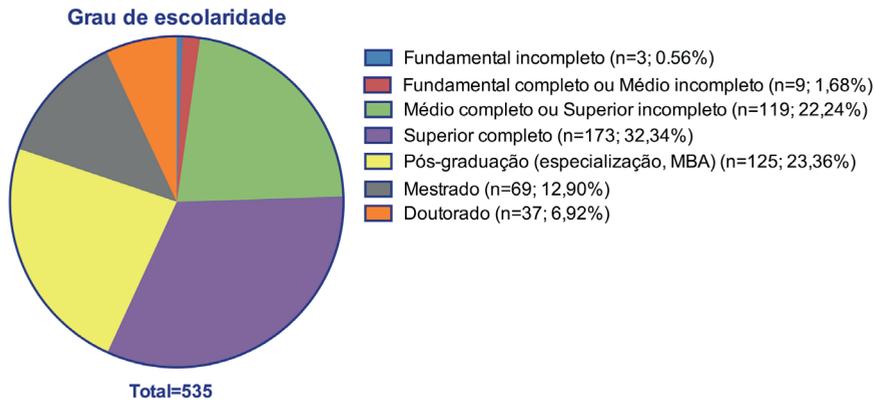
Fonte: elaboração do autor (2015).

Em relação ao estado civil, existe uma divergência entre as pesquisas amostral e setorial. Na pesquisa amostral, a maioria dos respondentes (63%) é casada ou mora junto. Na pesquisa setorial, por outro lado, a maioria (59%) é formada por solteiros. O percentual de casados ou que moram juntos é de 35%. É interessante notar que o cruzamento do estado civil por área apresenta resultados muito próximos para todas as áreas: o percentual de solteiros é maior do que o de casados.

No que concerne ao grau de escolaridade, do total de 3.320 profissionais das classes criativas entrevistados pelo IBGE em 2010, 43% completou o Ensino Médio e 28% tem nível superior. O percentual de profissionais com pós-graduação é baixo – somados, os percentuais de especialização ou MBA, mestrado e doutorado não ultrapassam 5,6% do total de entrevistados. Os entrevistados da pesquisa amostral também cursaram, na maioria dos casos, até o Ensino Médio (61%). Porém, neste caso é bem representativo o percentual de trabalhadores que estudaram até o ensino Fundamental (23%) e apenas 11% completou o

Ensino Superior. Em contraste, o grau de escolaridade dos profissionais que responderam ao questionário online é alto, já que 76% dos respondentes tem nível superior e 43% deste total tem alguma pós-graduação (especialização, MBA, mestrado ou doutorado). Ademais, 22% completou o Ensino Médio ou tem Nível Superior em andamento.

Figura 3 – Grau de Escolaridade dos ocupados na EC de Salvador e RMS por categoria (Setorial)



Fonte: elaboração do autor (2015).

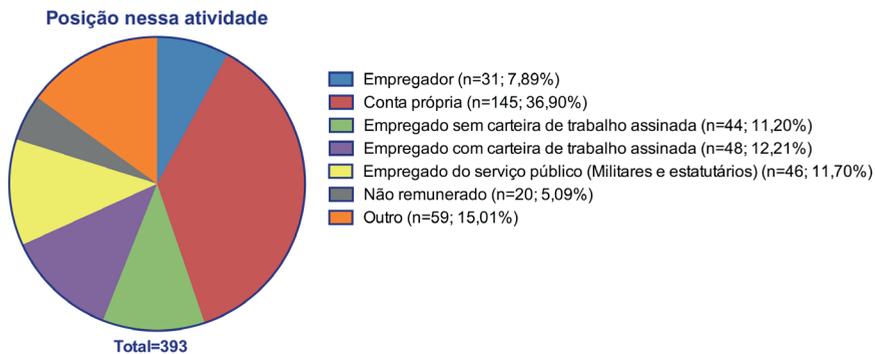
O cruzamento por categoria evidenciou que a categoria Artes dos Espetáculos é a que apresenta maior percentual de profissionais com Ensino Médio ou Superior incompleto. Já as categorias audiovisual, livro, leitura e literatura e outros: produção, gestão, pesquisa e áreas correlatas são as que apresentam grau de escolaridade mais elevado entre os setores.

Perfil da ocupação criativa

Os dados de ocupação do Censo IBGE 2010 são baseados em empregos e empreendimentos formais. Do total de respondentes do Censo, 73% trabalha em ocupações incluídas na categoria Patrimônio e 12% atua em

profissões relacionadas à categoria AE. Portanto, é possível afirmar que estas duas áreas são as que apresentam maior número de empregados formais na economia criativa de Salvador. Na pesquisa amostral, 40% dos participantes atua na categoria ExC e 28% nas AE. Por sua vez, os participantes da pesquisa setorial são, na maioria, das categorias Outros (27%), AE (23%) e ALLL. A pesquisa amostral não delimita se os participantes atuam nos setores formal ou informal. Já na pesquisa setorial, a maioria dos profissionais criativos (36,9%) trabalha por conta própria, mas apenas 7,9% é empregador, caracterizando o perfil de empreendimentos individuais ou de atuação autônoma.

Figura 4 – Tipo de relação profissional na EC de Salvador (Setorial)



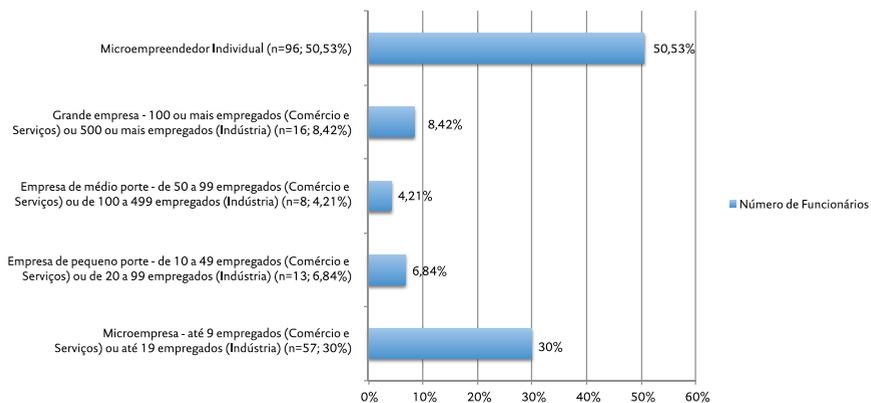
Fonte: elaboração do autor (2015).

O cruzamento por categoria confirma que a maioria dos profissionais criativos que responderam à pesquisa setorial trabalha por conta própria. As categorias com mais trabalhadores que atuam por conta própria são ALLL e Outros, ambos com 53% dos respondentes. A exceção é a categoria Patrimônio, na qual 29% são empregados com carteira assinada, 21% são funcionários públicos e 17% são empregados sem carteira assinada. Portanto, é a categoria que configura o maior percentual

de emprego formal. Por outro lado, o maior percentual de empregadores está em ExC (21%).

Na pesquisa setorial, os respondentes classificaram as empresas nas quais atuam de acordo com o tipo. Mais de 50% dos entrevistados são microempreendedores individuais (MEI), o que atesta a importância de tal institucionalização jurídica para o setor cultural. O resultado condiz com o indicador apresentado anteriormente de que 45% dos entrevistados trabalha por conta própria ou como empregador. Outros 30% dos ocupados atuam em microempresas com até nove funcionários.

Figura 5 – Tipo de empresas da ECC de Salvador (Setorial)

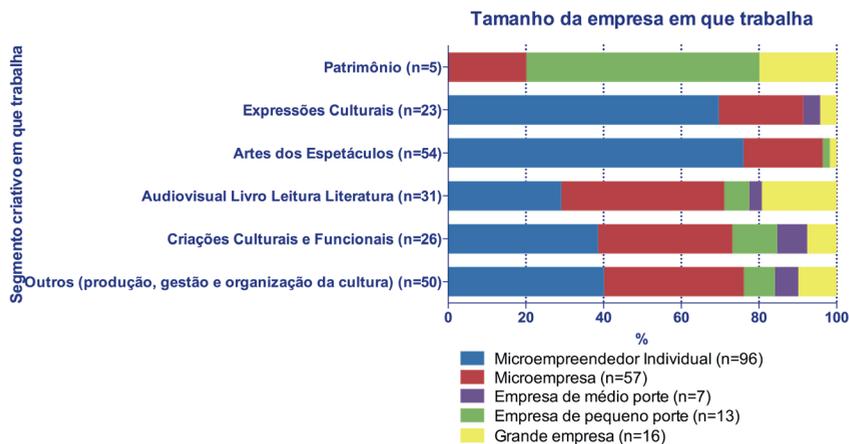


Fonte: elaboração do autor (2015).

Nas categorias AE e ExC, respectivamente 76% e 70% dos atores criativos são microempreendedores individuais. No ALLL, 42% dos entrevistados afirmou trabalhar em uma microempresa. Por outro lado, nenhum respondente da categoria Patrimônio se identificou como MEI, mas 60% dos entrevistados desta categoria atuam em empresas de pequeno porte. O percentual de ocupados em empresas de médio porte e grandes empresas foi baixo em todas as categorias. No caso das grandes

empresas, a exceção está nas áreas de Patrimônio (20%) e ALLL (19%). Portanto, é possível inferir que EC de Salvador é formada por empresas individuais e microempresas. Nestes casos, em geral, tratam-se de organizações que trabalham com projetos temporários, caracterizando a contínua busca por novos projetos e uma possível instabilidade financeira do negócio. As relações trabalhistas são contratuais e sazonais baseadas em projetos específicos. No Plano da Secretaria da Economia Criativa (2012), Isaura Botelho chama atenção para o fato de que este perfil institucional geralmente é caracterizado por informalidade, precarização e insegurança nas relações trabalhistas.

Figura 6 –Tipo de empresas da ECC de Salvador por categorias (Setorial)

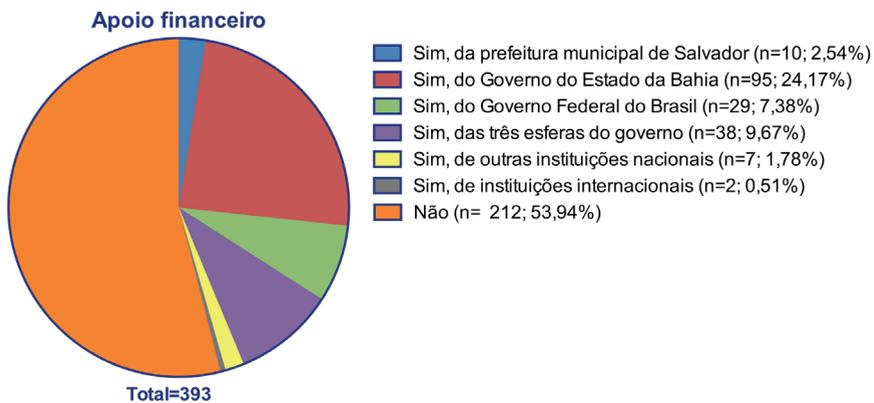


Fonte: elaboração própria (2015).

Em relação a apoio financeiro, 56% dos respondentes já foram beneficiados com alguma forma de apoio financeiro direto ou indireto do poder público ou de instituições nacionais e internacionais. O Governo do Estado da Bahia foi a principal fonte de apoio para 24% dos que já foram

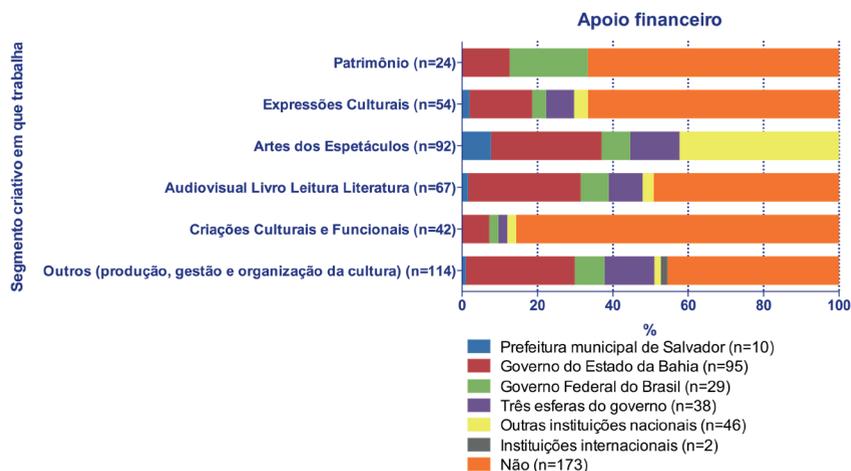
beneficiados. Por outro lado, a captação de recursos internacionais não parece ser uma prática consolidada entre os profissionais criativos de Salvador já que apenas dois entrevistados (0,51%) atuaram em iniciativas culturais com apoios financeiros internacionais. No cruzamento dos dados por categoria da EC de Salvador, chama atenção o fato de que todos os entrevistados do setor AE já terem sido contemplados com recursos de apoio e fomento. Por outro lado, 85% dos atores criativos atuantes na CCF nunca receberam apoio financeiro.

Figura 7 – Recebimento de apoio financeiro (Setorial)



Fonte: elaboração do autor (2015).

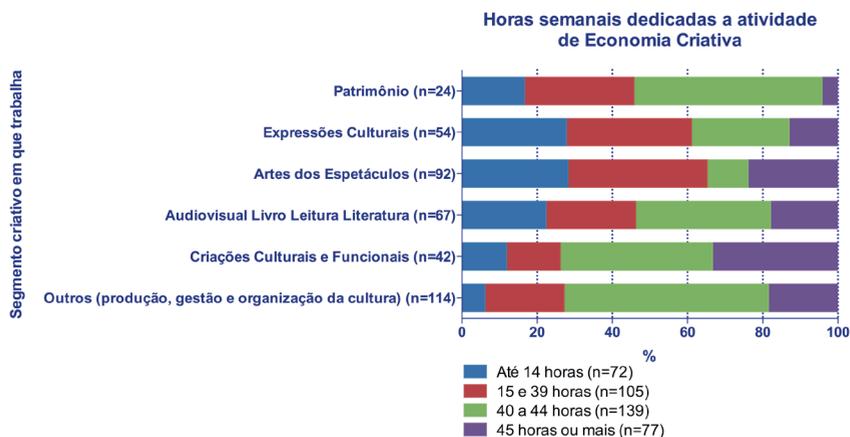
Figura 8 – Recebimento de apoio financeiro por categoria (Setorial)



Fonte: elaboração do autor (2015).

A análise das horas semanais trabalhadas, nas três pesquisas, indica que as ocupações criativas citadas representam a principal atividade profissional dos entrevistados. Na pesquisa setorial, cerca de 55% dos entrevistados dedica mais de 40 horas de trabalho semanal à EC de Salvador, 27% dedica entre 15 e 39 horas e apenas 18% trabalha menos de 14 horas semanais em atividades criativas. O cruzamento das horas semanais trabalhadas na EC por categoria confirma que a maioria dos trabalhadores dedicam mais de 40 horas semanais ao setores criativos de Salvador. Na pesquisa do IBGE, 70% dos ocupados da categoria ALLL trabalha mais de 45 horas semanais. Na pesquisa setorial, 54% dos trabalhadores da mesma categoria afirmam trabalhar 40 horas ou mais por semana, o mesmo acontece com 74% dos ocupados na categoria CCF e 73% dos profissionais da categoria Outros.

Figura 9 – Horas semanais dedicadas a atividades da ECC de Salvador por categoria (Setorial)



Fonte: elaboração do autor (2015).

A dissertação de mestrado de César de Oliveira Franca (2007), intitulada *Indústrias criativas e classe criativa: um estudo de caso dos ocupados em atividades criativas na região Metropolitana de Salvador em 2005* identifica características dos trabalhadores do segmento criativo da RMS. a partir de dados secundários da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. (IBGE, 2006) Segundo Franca (2007), os salários da maioria dos profissionais criativos de Salvador está na faixa entre dois e cinco salários, valores mais elevados do que a média geral. Nos dados publicados pela Secult, os trabalhadores criativos tem rendimento médio de R\$ 1.195,00, o que posiciona a Bahia como o terceiro estado com maior rendimento médio por ocupados nos setores criativos. (BAHIA, 2014a) Vale salientar que as diferentes médias salariais divulgadas nas pesquisas mencionadas podem estar relacionadas ao fato de que as pesquisas adotam diferentes recortes dos setores criativos e incluem distintas ocupações.

Nas três pesquisas consideradas neste trabalho, o rendimento médio varia consideravelmente. Na pesquisa do IBGE, 90,44% dos entrevistados indicou receber cerca de um salário mínimo. A renda média mensal da maioria dos profissionais ocupados na economia criativa entrevistados na pesquisa amostral está entre dois (34,18%) e três (25,32%) salários mínimos. Outros 15% indicou receber até um salário mínimo e 14% afirmou ter remuneração média de cinco salários mínimos. A pesquisa setorial agregou profissionais com faixa salarial mais dispersa e distribuída, incluindo um percentual representativo de profissionais que afirmaram receber até 10 (17,20%) e 20 (10,84%) salários mínimos. Do maior para o menor, outros 18% recebe até cinco salários mínimos (cerca de R\$ 3.940,00), 17,38% recebe até R\$ 2.364,00 (três salários mínimos) e 21,31% recebe entre R\$ 788,00 e R\$ 1.576,00 por mês, somando cerca de dois salários mínimos. As três amostras enfatizam a enorme variação salarial nos segmentos que são abarcados em conjunto na economia criativa, o que indica a importância de relativizar a análise da média salarial na área e identificar as diferentes economias de cada setor criativo. Na pesquisa do IBGE, os salários mais baixos foram registrados nas profissões classificadas na categoria AE e os mais elevados estão nas categorias ALLL e Outros. Na pesquisa setorial, os salários mais elevados também foram identificados nas categorias ALLL; e ExC. Por outro lado, os mais baixos estão no segmento Patrimônio.

A Firjan (2014) disponibiliza na internet um banco de dados com resultados da pesquisa *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*.⁴ A pesquisa fornece a remuneração média mensal dos ocupados nos setores criativos em Salvador, por segmento e profissão, para o ano de 2013. O Quadro 1 apresenta dados comparativos da média salarial nos setores criativos em Salvador, na Bahia e no Brasil. A remuneração em Salvador é maior do que a média da Bahia. As áreas com maiores salários são Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC); Publicidade; Produção Editorial; e Patrimônio e Artes. Por outro lado, as remunerações mais baixas são recebidas pelos profissionais das

áreas de Expressões Culturais e Moda. Nestas seis áreas, os salários em Salvador estão relativamente próximos à média nacional. Na Música e no Audiovisual, a remuneração em Salvador é mais alta do que a média nacional. Em contrapartida, a média salarial nas áreas de Artes Cênicas e Design é bem mais alta no âmbito nacional do que em Salvador.

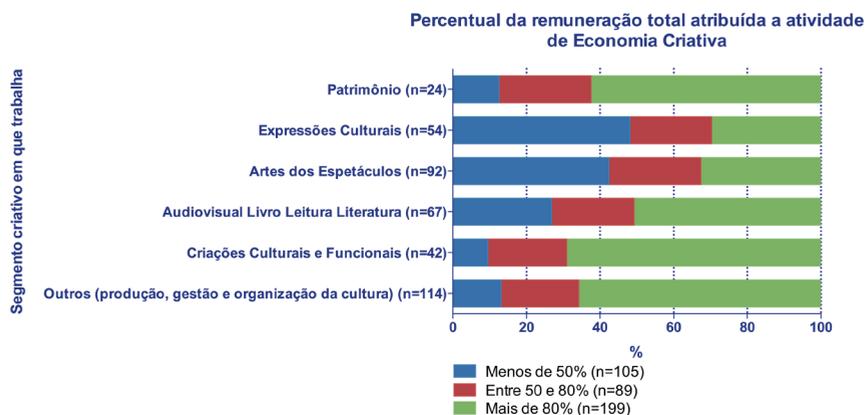
Quadro 2 – Remuneração média mensal EC de Salvador por setores (Firjan)

MÉDIA SALARIAL	NSALVADOR	SALVADOR	BAHIA	BRASIL
Artes Cênicas	247	R\$ 2.157,22	R\$ 1.938,36	R\$ 3.156,54
Audiovisual	710	R\$ 2.536,27	R\$ 1.693,44	R\$ 2.363,79
Design	883	R\$ 2.069,71	R\$ 1.897,47	R\$ 2.759,82
Editorial	871	R\$ 3.560,06	R\$ 2.907,72	R\$ 3.793,68
Expressões Culturais	470	R\$ 1.342,45	R\$ 1.114,22	R\$ 1.508,18
Moda	255	R\$ 1.248,00	R\$ 967,14	R\$ 1.411,72
Música	170	R\$ 3.198,82	R\$ 2.519,64	R\$ 2.215,61
Patrimônio e Artes	340	R\$ 3.203,20	R\$ 2.602,97	R\$ 3.720,54
Publicidade	2.932	R\$ 4.491,51	R\$ 3.922,00	R\$ 5.075,41
TIC	1.091	R\$ 4.762,21	R\$ 4.016,16	R\$ 5.393,13

Fonte: elaboração do autor baseado em dados de Firjan (2014).

A atuação profissional na EC de Salvador é a principal fonte de renda para a maioria dos entrevistados pela pesquisa setorial. Cerca de 51% afirma que mais de 80% da remuneração mensal é proveniente de atividades relacionadas com os setores criativos. Para 23% dos trabalhadores, a economia criativa representa entre 50 e 80% do salário e outros 27% recebe da ocupação criativa menos de 50% da remuneração total. É interessante notar que as categorias Criações Culturais e Funcionais, Outros e Patrimônio agregam profissionais que dedicam mais horas semanais de trabalho e também geram a maior proporção da remuneração mensal. Respectivamente, a atuação profissional nestas categorias gera mais de 80% do salário para 69%, 65% e 62% dos profissionais.

Figura 10 – Percentual da remuneração proveniente da ECC de Salvador por categoria (Setorial)



Fonte: elaboração do autor (2015).

Por outro lado, as categorias Expressões Culturais e Artes dos Espetáculos são as que apresentam menores índices de tempo de trabalho semanal dedicado às categorias e também as que apresentam menores percentuais de remuneração proveniente das atividades criativas. Estes resultados podem estar relacionados com o fato de que tais áreas de atuação profissional são caracterizadas pela informalidade e pelas relações contratuais sazonais focadas em projetos específicos. Também indicam que os profissionais nestas áreas devem exercer outras profissões concomitantemente. Por outro lado, os profissionais que atuam com as categorias CCF e Outros são os que dedicam mais horas semanais de trabalho e, conseqüentemente, tal trabalho representa uma grande parte do salário que recebem.

Conclusões

Este artigo apresentaos resultados da análise de três bancos de dados visando delimitar um perfil socioeconômico e o perfil das ocupações

dos trabalhadores criativos de Salvador. Os resultados indicam que a economia criativa cidade é formada por empresas individuais e microempresas. Em geral, tratam-se de organizações que trabalham com projetos temporários, caracterizando contínua busca por novos projetos, possível instabilidade financeira e relações contratuais sazonais. A maioria dos atores criativos trabalha por conta própria, principalmente nas categorias Audiovisual, Livro, Leitura e Literatura (ALLL) e Outros. Mais de 50% dos entrevistados são Microempreendedores Individuais (MEI), principalmente nas categorias Artes dos Espetáculos (76%) e Expressões Culturais (70%). O percentual de ocupados em empresas de médio porte e grandes empresas é baixo em todas as categorias. As grandes empresas estão relacionadas apenas com as categorias Patrimônio (20%) e ALLL (19%). A categoria Patrimônio é a com maior taxa de empregos formais na EC de Salvador: 29% são empregados com carteira assinada, 21% são funcionários públicos e 17% são empregados sem carteira assinada. Por outro lado, nenhum respondente da categoria Patrimônio se identificou como MEI, mas 60% dos entrevistados desta categoria atuam em empresas de pequeno porte.

A média de concentração de trabalhadores criativos na RMS (46,36%) é maior do que a média geral de ocupados (26%). (BAHIA, 2014b). Existe um equilíbrio no número de homens e mulheres trabalhando nos setores criativos, com prevalência das mulheres nas categorias Patrimônio (72,2%) e Outros (66,7%). A maioria dos atores criativos de Salvador está na faixa etária de 25 a 39 anos de idade. A categoria ALLL é a que agrega ocupados nas menores e maiores faixas etárias. Já Criações Culturais Funcionais é a que apresenta maior percentual de trabalhadores jovens, na faixa de 16 a 24 anos; e Expressões Culturais é a categoria com maior percentual de trabalhadores acima de 60 anos.

Em relação ao estado civil, existe uma divergência entre as pesquisas amostral e setorial. Na pesquisa amostral, a maioria dos respondentes (63%) é casada ou mora junto. Na pesquisa setorial, por outro lado, 59% dos participantes se declararam solteiros. É interessante notar que o

cruzamento do estado civil por área apresenta resultados muito próximos para todas as áreas: o percentual de solteiros é maior do que o de casados, o que também está relacionado com a faixa etária predominante que é formada por jovens de 25 a 39 anos de idade.

A maioria dos profissionais se considera de cor ou raça branca ou parda. No geral, o número de ocupados que se declaram de cor preta ou raça negra ainda é menor do que os indicadores de pardos e brancos, o que é surpreendente levando em consideração a intensa influência da cultura afrodescendente nos setores criativos da Bahia.

O nível de escolaridade é divergente nas três amostras. Nas pesquisas IBGE (43%) e amostral (61%), a maioria dos respondentes completou o ensino médio e o percentual de profissionais com pós-graduação é baixo. Na pesquisa setorial, 76% dos respondentes tem nível superior e 43% deste total tem alguma pós-graduação (especialização, MBA, mestrado ou doutorado). A categoria Artes dos Espetáculos é a que apresenta maior percentual de profissionais com ensino médio ou superior incompleto. Já as categorias ALLL e Outros são as que apresentam grau de escolaridade mais elevado entre os setores.

Segundo a Secult, os trabalhadores criativos da Bahia tem rendimento médio de R\$ 1.195,00 (BAHIA, 2014b), o que posiciona a Bahia como o terceiro estado com maior rendimento médio nos setores criativos. Nas três pesquisas consideradas neste trabalho, o rendimento médio varia consideravelmente. Na pesquisa do IBGE, 90,4% dos entrevistados indicaram receber cerca de um salário mínimo. Na pesquisa amostral, a média está entre dois (34,18%) e três (25,32%) salários mínimos. A pesquisa setorial agregou profissionais com faixa salarial mais dispersa e distribuída, incluindo um percentual representativo de profissionais que afirmaram receber entre 10 (17,20%) e 20 (10,84%) salários mínimos, sendo que 18% recebe até cinco salários mínimos. Tais disparidades enfatizam a enorme variação salarial nos segmentos que são abarcados em conjunto na economia criativa. Os salários mais baixos foram identificados nas categorias Artes dos Espetáculos

e Patrimônio. Já os salários mais elevados estão nas categorias ALLL e Outros. A média salarial na EC de Salvador é mais elevada do que a média geral das ocupações (IBGE, 2010), do que a média no estado da Bahia e do que a média nacional nas áreas de música e audiovisual. (FIRJAN, 2014) Em contrapartida, a média salarial nas áreas de Artes Cênicas e Design é bem mais alta no âmbito nacional do que para os profissionais que atuam em Salvador. (FIRJAN, 2014)

Levando em consideração as horas semanais trabalhadas, a ocupação criativa é a principal atividade profissional dos entrevistados. As categorias com maior proporção de horas semanais de dedicação são ALLL, CCF, e Outros. Ademais, a atuação profissional na EC de Salvador é a principal fonte de renda para 74% dos entrevistados. Em todas as categorias, o número de horas semanais de trabalho é diretamente proporcional à proporção da remuneração mensal advinda dos setores criativos. Expressões Culturais e Artes dos Espetáculos são as que apresentam menores índices de dedicação semanal e de remuneração proveniente das atividades criativas, o que indica que os profissionais nestas áreas devem exercer outras profissões em paralelo.

A economia criativa de Salvador é realizada de forma autônoma, mas ainda é bastante dependente dos poderes públicos – seja através de financiamento ou patrocínios, seja por meio de leis e políticas que regulam as atividades criativas e o espaço público. O financiamento à cultura através de repasse de recursos dos poderes públicos é fundamental para os empreendimentos criativos da cidade: 46% dos entrevistados já recebeu apoio financeiro direto ou indireto dos governos municipal, estadual ou federal. O governo do estado da Bahia foi a principal fonte de financiamento. Todos os entrevistados do setor Artes dos Espetáculos já foram contemplados com recursos de programas de fomento à cultura. Por outro lado, 85% dos atores criativos atuantes na categoria CCF nunca receberam apoio financeiro. Ademais, a captação de recursos internacionais não parece ser uma prática consolidada entre os profissionais criativos de Salvador já que apenas dois entrevistados atuaram em iniciativas

culturais com apoios financeiros internacionais. A importância das políticas de apoio e fomento dos governos federal e estadual para a EC de Salvador aparece de forma recorrente na revisão de literatura.

Além das especificidades intrínsecas a cada categoria, foi possível identificar diferenças que são baseadas em pelo menos dois modelos de atuação profissional que são comuns às categorias da EC de Salvador. No primeiro modelo, identificou-se negócios caracterizados por cadeias produtivas institucionalizadas e consolidadas, profissionais com especialização técnica, público consumidor pagante e mercado relacionado com o turismo. Adotou-se a expressão “Especializado e Profissional” para definir o funcionamento do modelo. As iniciativas que funcionam neste modelo, mesmo em setores criativos diferentes, costumam se reatualizar. Portanto, além da cadeia produtiva de cada setor criativo, existe um sistema operacional que permeia e interliga as iniciativas com perfil de mercado. Neste sistema estão incluídas as articulações das iniciativas criativas com o sistema midiático, a economia de serviços e o turismo. Apesar dos exemplos mais consolidados em Salvador serem a indústria da música, do carnaval e das festas, este modelo também é forte no teatro, na dança, na gastronomia, no audiovisual, na TV e no rádio, entre outros setores.

O segundo modelo é caracterizado pelo talento pessoal e o reconhecimento, individual ou coletivo, de trabalhadores criativos. O modelo, aqui chamado “Autônomo e Comunitário”, pode estar à margem dos padrões profissionais tradicionais e do sistema que movimenta o modelo Especializado e Profissional, mas também movimenta capital social e financeiro em redes locais e internacionais. Em geral, os profissionais retiram o sustento da atividade criativa que é exercida de maneira informal ou com registros de Microempreendedorismo Individual (MEI). Nestes casos, os elos das cadeias produtivas são formados, em geral, por outros atores criativos com o mesmo perfil que tendem a trabalhar em rede e a colaborar sempre com os mesmos parceiros. Como exemplos, podem ser citados artesãos de instrumentos musicais do Pelourinho,

músicos de barzinho, cozinheiros de rua, professores de capoeira, grupos de dança, designers gráficos, fotógrafos, entre outros profissionais.

A existência dos dois modelos explicam as disparidades que aparecem nos resultados das pesquisas sobre o perfil dos ocupados. As pesquisas do Censo IBGE 2010 e amostral foram feitas nos domicílios e parecem apresentar um retrato mais próximo da realidade dos ocupados no modelo Autônomo e Comunitário. Por outro lado, os participantes da pesquisa Setorial, feita pela internet, representam um perfil aproximado dos profissionais do modelo Especializado e Profissional. Em ambos os modelos e nos diversos setores, a economia criativa de Salvador depende da orquestração de esforços e da configuração de redes de colaboração e parceria. Existem exemplos destes dois níveis e modelos de atuação em todos os setores da economia criativa de Salvador. Neste sentido, é preciso entender que a EC é uma faceta real da produção artística e cultural da sociedade. Ela existe no novo polo de tecnologia na Paralela, por exemplo, mas também garante o sustento do trovador que diariamente anda pelas praias de Salvador.

Na pesquisa chegou-se à conclusão que não é possível pensar a economia criativa com regras gerais que servem para todos os setores criativos. Faz-se necessário destacar as especificidades e analisar a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços dos setores buscando compreender as vocações, competências e condições materiais e estruturais dos trabalhadores de cada setor. Ademais, uma cidade como Salvador precisa ter suas características territoriais e comunitárias reconhecidas, valorizadas e promovidas. Sugere-se, assim, o mapeamento das redes, grupos e expressões culturais de Salvador em cada região da cidade para pensar políticas mais focadas nas especificidades, necessidades e demandas de cada setor criativo em cada região da cidade.

Por fim, para que seja possível discutir o desenvolvimento dos setores criativos, será preciso estimular a organização das ocupações e dos ocupados na EC. Em primeiro lugar, a pesquisa indicou que é fundamental promover capacitação profissional através de cursos de

curta duração, cursos técnicos e de nível superior com destaque para as demandas de inovação tecnológica e técnica nos setores criativos, bem como capacitação profissional voltada à gestão de negócios e a promoção da sustentabilidade. Ademais, é preciso apoiar a institucionalização de empresas atuantes como intermediárias entre o mercado, o artista e o público, como as empresas de produção cultural e organização da cultura. Também é imperioso fomentar a institucionalização de artistas, grupos culturais, de iniciativas de inovação cultural e de redes. Portanto, é importante criar os meios para que os atores criativos se sintam preparados para empregar o talento pessoal e as potencialidades do entorno para empreender na geração de bens, produtos e serviços de valor simbólico. Deste modo, poderão inovar, reinventar e recriar a economia criativa de Salvador a partir do contexto local. A economia criativa impõe uma quebra de paradigmas. Ela pressupõe a criação e implementação de soluções inovadoras que envolvam as estruturas já existentes com alternativas sustentáveis.

Notas

- 1 A pesquisa foi executada com financiamento da Fundação Mário Leal, da Prefeitura Municipal de Salvador, no escopo das iniciativas do Plano Salvador 500.
- 2 Link para o questionário: <<https://pt.surveymonkey.com/s/pesquisasalvadorcriativa>>.
- 3 Não foram coletados dados sobre faixa etária na pesquisa amostral. As informações sobre faixa etária limitam-se às pesquisas Censo IBGE 2010 e pesquisa setorial.
- 4 Como já mencionado, as categorias criativas adotadas pela Firjan não coincidem com a classificação do MinC. (BRASIL, 2012) Por exemplo, o estudo da Firjan agrega em uma mesma categoria as áreas de Patrimônio e Artes. Outro exemplo é a área das Tecnologias da Informação e da Cultura, que inclui ocupações no campo das engenharias.

Referências

- BAHIA. *Bahia criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia*. Salvador, 2014a.
- BAHIA. Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. *Infocultura: ocupação e trabalho na economia criativa no estado da Bahia – 2010*, Salvador, v. 1, n. 7, dez. 2014b.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*. 2011-2014. Brasília, DF, 2012.
- BENHAMOU, F. *L'économie de laculture*. Paris: La Decouverte, 1996.
- BOLAÑO, C. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec: Polis, 2000.
- CANEDO, D.; DANTAS, M. Da economia da cultura à economia criativa: considerações sobre a dualidade entre cultura e economia. In: VLADI, N. (Org.). *Olhares interdisciplinares: fundamentos em cultura, linguagens e tecnologias aplicadas*. Cruz das Almas: UFRB, 2016. p. 215-236.
- ERNST & YOUNG. *Creating Growth - Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*. 2014. Disponível em: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Creating-Growth-Measuring-Cultural-and-Creative-Markets-in-the-EU/\\$FILE/EY-Creating-Growth-Measuring-Cultural-and-Creative-Markets-in-the-EU.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Creating-Growth-Measuring-Cultural-and-Creative-Markets-in-the-EU/$FILE/EY-Creating-Growth-Measuring-Cultural-and-Creative-Markets-in-the-EU.pdf)>. Acesso em: jun 2015.
- FIRJAN. *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. 2014. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/default.aspx>> Acesso em: jun. 2015.
- FLORIDA, R. *The rise of the creative class*. New York: Harper Bussines, 2002.
- FRANCA, C. *Indústrias criativas e classe criativa: um estudo de caso dos ocupados em atividades criativas na Região Metropolitana de Salvador em 2005*. 2008. 163 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.
- HOWKINS, J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Londres: Penguin Books, 2007.

IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2005*. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

MIGUEZ, P. Alguns aspectos do processo de constituição do campo de estudos em economia da cultura. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4., 2008. Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2008.

THROSBY, D. *Economics and Culture*. Cambridge University Press. 2001.

UNCTAD. *Creative economy report*. Genebra: Unctad, 2010.

UNCTAD. UNCTAD's work on the Creative Economy. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy.aspx>>. Acesso em: out 2015.

UNESCO. *Convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais*. 2005. Disponível em: <<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

UNESCO. *Creative economy report 2013 – special edition. Widening local development pathways*. Nova York: United Nations/UNDP/Unesco, 2013.

Outros títulos da Coleção Cult

CULT 1 - Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares

Gisele Marchiori Nussbaumer (Org.)

CULT 2 - Políticas culturais no Brasil

Antonio Albino Canelas Rubim e Alexandre Barbalho (Org.)

CULT 3 - Políticas culturais na Ibero-América

Antonio Albino Canelas Rubim e Rubens Bayardo (Org.)

CULT 4 - Estudos da cultura no Brasil e em Portugal

Antonio Albino Canelas Rubim e Natália Ramos (Org.)

CULT 5 - Transversalidades da cultura

Linda Rubim e Nadja Miranda (Org.)

CULT 6 - Políticas culturais no governo Lula

Antonio Albino Canelas Rubim (Org.)

CULT 7 - Políticas culturais para as cidades

Antonio Albino Canelas Rubim e Renata Rocha (Org.)

CULT 8 - Políticas culturais, democracia e conselhos de cultura

Antonio Albino Canelas Rubim, Taiane Fernandes e Iuri Rubim (Org.)

CULT 9 - Stonewall 40 + o que no Brasil?

Leandro Colling (Org.)

CULT 10 - Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas

Alexandre Barbalho, Lia Calabre, Paulo Miguez e Renata Rocha (Org.)

CULT 11 - Estudos da festa

Linda Rubim e Nadja Miranda (Org.)

CULT 12 - Desleitura cinematográfica: literatura, cinema e cultura

Marinyze Prates de Oliveira e Elizabeth Ramos (Org.)

CULT 13 - Política e gestão cultural: perspectivas Brasil e França

Frederico Lustosa da Costa (Org.)

CULT 14 - Federalismo e políticas culturais no Brasil

Alexandre Barbalho, José Márcio Barros e Lia Calabre (Org.)

CULT 15 - Estudos e políticas do CUS

Leandro Colling e Djalma Thurler (Org.)

CULT 16 - Cultura dos sertões
Alberto Freire (Org.)

CULT 17 - ENECULT 10 anos
*Lindinalva Silva Oliveira Rubim, Mariella Pitombo
Veira e Delmira Nunes de Souza (Org.)*

CULT 18 - Políticas culturais na bahia contemporânea
Antônio Albino Canelas Rubim

CULT 19 - Dimensões e desafios políticos para diversidade cultural
*Paulo Miguez, José Márcio Barros, Giuliana Kauark
(Org.)*

CULT 20 - Políticas Públicas de cultura para as cidades: os casos de Recife
e Salvador
Hortência Silva Nepomuceno dos Santos

CULT 21 - Políticas culturais no governo Dilma
*Antonio Albino Canelas Rubim, Alexandre Barbalho
e Lia Calabre (Org.)*

CULT 22 - Diversidade Cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes
Giuliana Kauark, José Márcio Barros e Paulo Miguez (Org.)

CULT 23 - Panorama da gestão cultural na Ibero-América
*Antonio Albino Canelas Rubim, Carlos Yáñez Canal e
Rubens Bayardo (Org.)*

CULT 24 - Formação em organização da cultura no Brasil: experiências e
reflexões
Leonardo Figueiredo Costa e Ugo Barbosa de Mello (Org.)

CULT 25 - Financiamento e Fomento à Cultura nas Regiões Brasileiras
*Antonio Albino Canelas Rubim, Fernanda Pimenta
Vasconcelos (Org.)*

CULT 26 - Financiamento e Fomento à Cultura no Brasil: estados e
Distrito Federal
*Antonio Albino Canelas Rubim, Fernanda Pimenta
Vasconcelos (Org.)*

CULT 27 - Políticas e Gestão da Cultura: diálogos entre universidade e
sociedade
*Clelia Neri Côrtes, Alice Pires de Lacerda, Renata Costa
Leahy e Ricardo de Araujo Soares (Org.)*

Este livro foi composto na EDUFBA por Gabriela Nascimento.

O projeto gráfico deste livro foi desenvolvido no Estúdio Quimera por Iansã Negrão com o auxílio de Inara Negrão para a EDUFBA, em Salvador. Sua impressão foi feita no setor de Reprografia da EDUFBA. A capa e o acabamento foram feitos na Gráfica I. Bigraf.

A fonte de texto é DTL Documenta. As legendas foram compostas em DTL Documenta Sans, família tipográfica projetada por Frank Blokland.

O papel é Alcalino 75 g/m².

500 exemplares.



Nas últimas três décadas, a aproximação estrutural entre o domínio estético-expressivo e o domínio econômico-comercial fez eclodir novas e diferenciadas competências criativas, artísticas, tecnológicas e culturais. O trabalho cultural, as atividades de criação artísticas e os processos técnicos e tecnológicos a elas associados estão no centro dessas transformações, integram as novas cadeias globais de serviços simbólicos especializados e as indústrias transnacionais do imaginário. Por trás da expansão dos mercados culturais globais e nacionais nos últimos dez anos, acompanhados da respectiva intensificação do fluxo comercial dos bens e serviços simbólico-culturais, está a criação de valor simbólico-econômico propiciado pelo trabalho cultural. Este livro busca descortinar a composição, a estrutura, a expansão, as tensões, as assimetrias, as lutas e as formas de reconhecimento político-profissional dos trabalhadores da cultura no Brasil.

ISBN 978-85-232-1619-1



9 788523 121619 1