MAPEAMENTO DA

ECONOMIA CRIATIVA

CUESTA PAULISTA

REALIZAÇÃO: INSTITUTO JATOBÁS

CORREALIZAÇÃO: GIALLO marketing • cultura • atitude+ LOCOMOTIVA PESQUISA & ESTRATÉGIA

FICHA TÉCNICA

Idealização: Instituto Jatobás
Betty Feffer - Presidente
Luiz Alexandre Mucerino - Vice- Presidente
Regiane Oliveria - Diretora Institucional
Madalena Carneiro - Coordenadora de Desenvolvimento Local
Raquel Sansão - Comunicação
Diego Maian - Designer Gráfico

Coordenação
Giallo Marketing, Cultura, Atitude+
Luanda Aparecida Bonadio - Diretora de Planejamento I Criativo e Cultural

Instituto Locomotiva
Renato Meirelles - Presidente
Maíra Saruê Machado – Diretora de pesquisa
João Paulo Cunha – Diretor de pesquisa
Rachel Rua Baptista – Gerente de pesquisa
Clara Castellano – Gerente de pesquisa
Ester Veloso – Analista de pesquisa
Amanda de Campos – Assistente de pesquisa

Apoio : Sebrae

PREFÁCIO

A Cuesta Paulista, localizada no interior do Estado de São Paulo, é uma região que, além do capital humano, possui ativos - cultural e natural - riquíssimos.

Esses são potenciais condutores para o desenvolvimento socioeconômico da região, tanto por meio da fruição artística e da produção cultural, como também, para o fomento do Turismo regional.

Em 2005, o Instituto Jatobás iniciou suas atividades na cidade de Pardinho, promovendo ações para o desenvolvimento sustentável local e tendo a Cultura e o Empreendedorismo como principais eixos estratégicos de investimento.

Ano a ano, acompanhamos os avanços regionais e percebemos o quanto as atividades criativas e culturais poderiam ser forças motoras para o desenvolvimento e para o impacto positivo nos territórios.

Cientes disso, fomos provocados a aprofundar a nossa reflexão e partimos para a investigação do perfil dos agentes, ou seja, dos artistas, produtores, empreendedores e demais profissionais da cadeia produtiva criativa e cultural, bem como suas características, desafios e potencialidades.

Como iniciativa, realizamos o primeiro Mapeamento da Economia Criativa - Cuesta Paulista, uma pesquisa em profundidade iniciada em 2020 e finalizada em 2021, para melhor compreensão do Setor. O sucesso da pesquisa nos possibilitou uma amostra diversificada de dados, cuja análise e divulgação irão subsidiar a construção de um plano estratégico regional visando a valorização de talentos locais, a geração de trabalho e renda e a promoção do desenvolvimento.

A publicação do Mapeamento é resultado do investimento do Instituto Jatobás na qualificação da Economia Criativa da Cuesta Paulista, que só foi possível pela ação conjunta com os correalizadores técnicos, apoio da comunidade, parceiros e demais instituições e municípios.

Isso é apenas o começo. Convidamos a todas e a todos para trabalharmos, juntos e em colaboração, na proposição de ações mais assertivas, inclusivas e integradas, e em prol do fortalecimento desse importante setor da economia em nossa região.

Boa leitura.

Betty Feffer e Luiz Alexandre Mucerino
presidente e vice-presidente do Instituto Jatobás

Instituto Jatobás - Realizador

O Instituto Jatobás tem como missão influir para a ampliação da consciência e oferecer conhecimento para a construção de caminhos coletivos solidários e sustentáveis. Tem como propósito a incorporação desses princípios nas práticas pessoais, organizacionais e comunitárias. O Instituto atua, desde 2005, nos municípios de Pardinho e de São Paulo, no Estado de São Paulo.

Giallo Marketing - Correalizador

A Giallo MKT é uma consultoria criativa para artistas e áreas cultural e social. Promove interações entre cultura, sociedade e mercado e acredita na comunicação como ferramenta de transformação. Nosso propósito é incentivar a criatividade como um caminho para a prosperidade e na autonomia para geração de trabalho e renda.

Instituto Locomotiva - Correalizador

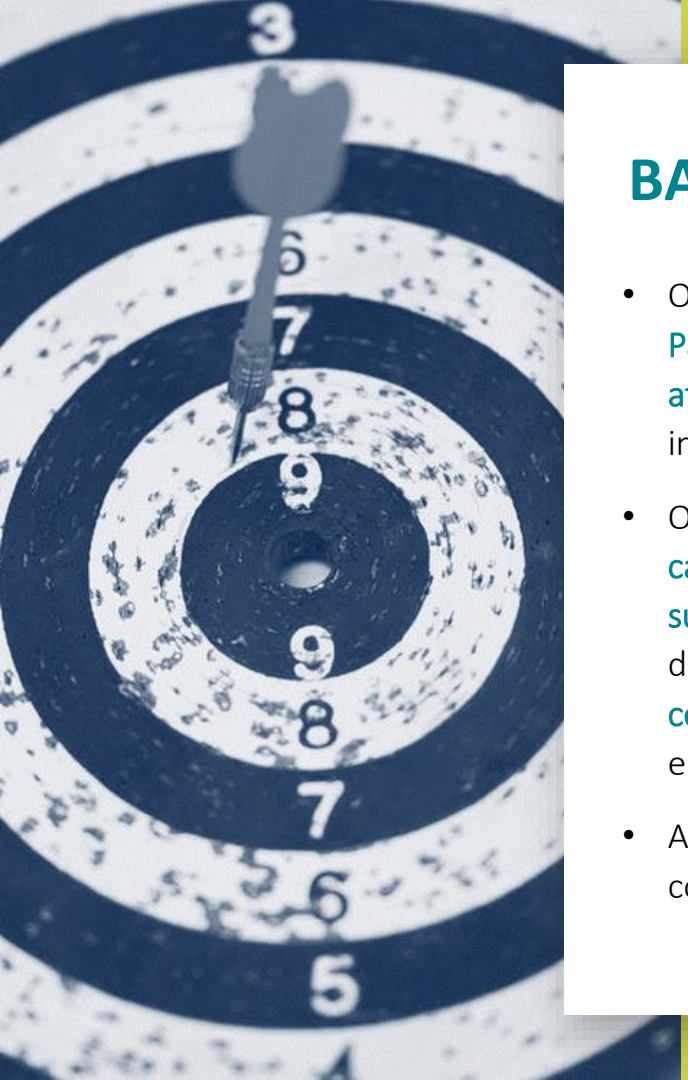
Fundado em 2016, o Instituto Locomotiva nasce para transformar dados em estratégias e ações para que empresas, instituições públicas e organizações do terceiro setor dialoguem com uma população cada vez mais informada e exigente. O Instituto Locomotiva desenvolve estudos com as mais variadas metodologias, colocando-se ao lado dos cidadãos e consumidores como porta-voz de suas demandas frente a empresas, instituições públicas e organizações do terceiro setor.

OBJETIVOS DO ESTUDO

O Instituto Jatobás atua junto a equipamentos de cultura no interior de São Paulo, promovendo a cultura raiz, identidades e o desenvolvimento local através da cultura. Atualmente, está na região de Pardinho, mas tem interesse em ampliar a atuação para outras cidades.

O estudo aqui proposto tem como objetivo aproximar o Instituto Jatobás da cadeia cultural do interior, apresentando mais a fundo os agentes da cadeia e sua inserção na economia criativa local, mostrando como ela está sendo desenvolvida, quais projetos são tocados, quais segmentos são contemplados, mapeando barreiras e oportunidades que o público enfrenta em sua atuação.

Assim, entenderemos até que ponto o mercado local está estabelecido, como se comporta, quem são esses agentes, que produtos oferecem, etc.



BACKGROUND E OBJETIVOS

- O Instituto Jatobás atua junto a equipamentos de cultura no interior de São Paulo, promovendo a cultura raiz, identidades e o desenvolvimento local através da cultura. Atualmente, está na região de Pardinho, mas tem interesse em ampliar a atuação para outras cidades.
- O estudo aqui proposto tem como objetivo aproximar o Instituto Jatobás da cadeia cultural do interior, apresentando mais a fundo os agentes da cadeia e sua inserção na economia criativa local, mostrando como ela está sendo desenvolvida, quais projetos são tocados, quais segmentos são contemplados, mapeando barreiras e oportunidades que o público enfrenta em sua atuação.
- Assim, entenderemos até que ponto o mercado local está estabelecido, como se comporta, quem são esses agentes, que produtos oferecem, etc.

FLUXO DE TRABALHO

METODOLOGIAS

A

ENTENDENDO A CADEIA PRODUTIVA NO INTERIOR

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

QUALITATIVA

B

PANORAMA DA CADEIA CULTURAL DO INTERIOR

PESQUISA QUANTITATIVA ONLINE

QUANTITATIVA

METODOLOGIA

A

ENTENDENDO A CADEIA PRODUTIVA NO INTERIOR

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

PESQUISA QUALITATIVA

ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE ONLINE (ZOOM)

A entrevista em profundidade é uma técnica de pesquisa qualitativa, na qual um pesquisador do Instituto Locomotiva conduz uma conversa com o entrevistado, com duração aproximadamente de 45 min, e que terá como base a experiência subjetiva e o conhecimento do entrevistado sobre o objeto de estudo, tendo relevância suas percepções e seus juízos de valor sobre o tema. A coleta de informações segue um roteiro preestabelecido.

AMOSTRA E PERFIS:

- 10 entrevistas em profundidade com representantes da produção artística de diferentes atuações, como músicos, atores, fotógrafos, iluminadores, cenógrafos, etc. nos perfis abaixo:

PERFIL	QUANTIDADE
Formalizado (com CNPJ)	5
Não formalizado (SEM CNPJ)	5

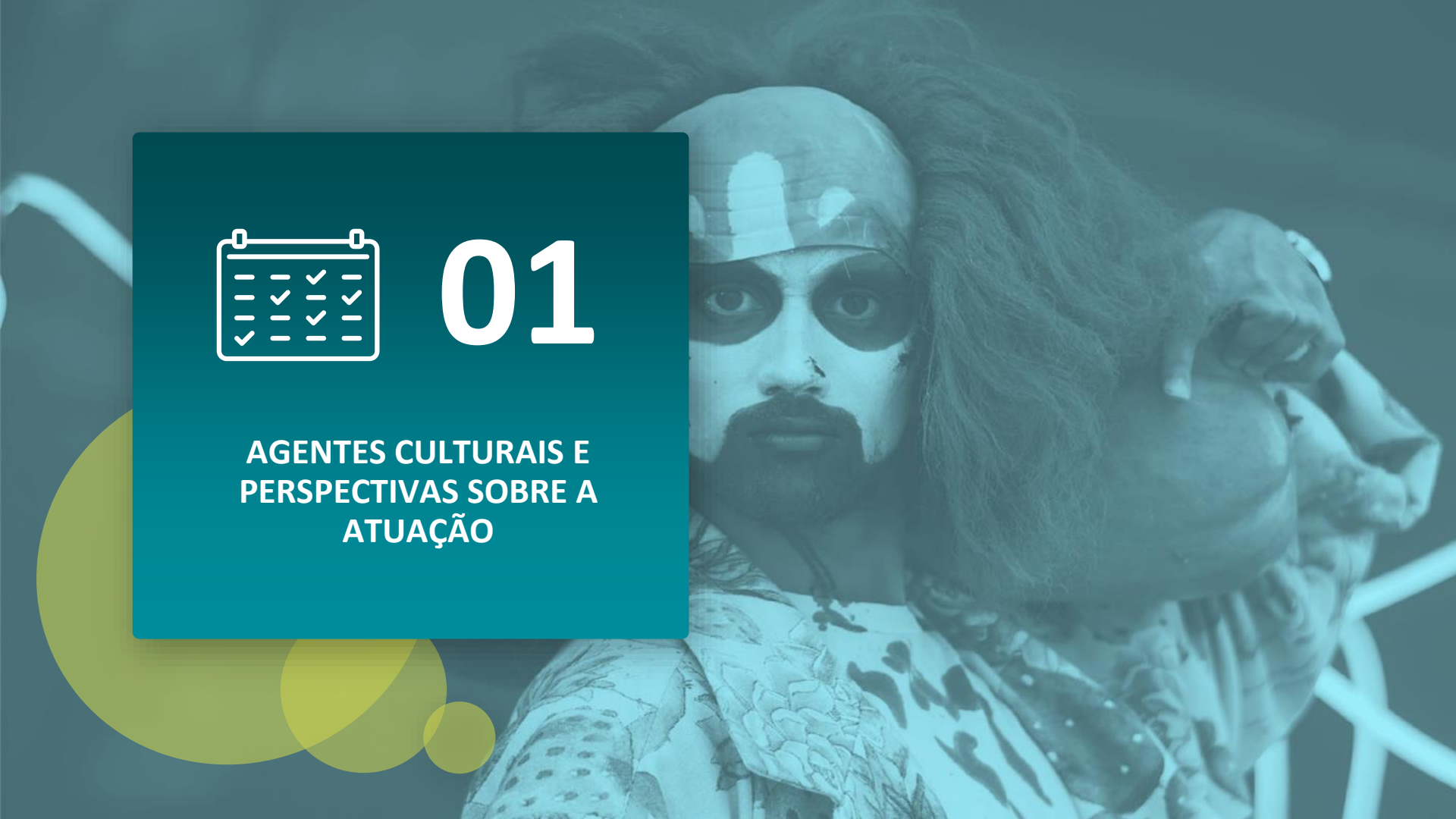
AGENDA

01 AGENTES DA CULTURA E PERSPECTIVAS SOBRE ATUAÇÃO

02 AÇÕES, PRODUTOS E MERCADO (LOCAL/ NACIONAL)

03 TEMPOS DE PANDEMIA

04 CONSIDERAÇÕES FINAIS: BARREIRAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES



01

AGENTES CULTURAIS E PERSPECTIVAS SOBRE A ATUAÇÃO

CULTURA: TRABALHO E TRABALHADOR

Segundo os entrevistados, há uma concepção social de que cultura não é trabalho e o fazedor de cultura ou artista não é trabalhador!

TAL VISÃO REFLETE-SE NA DESVALORIZAÇÃO ECONÔMICA DO TRABALHADOR DA CULTURA E TAMBÉM, NO GERAL, NA AUSÊNCIA DE FORMALIZAÇÃO E GARANTIAS TRABALHISTAS!

Você não vê alguém registrado trabalhando na cultura, não é como uma indústria. Você vai na indústria e boa parte está registrado, ou é terceirizado e tem um vínculo empregatício. Mas o artista não, você não tem pessoas que trabalham numa peça de teatro, cantores, eles não têm um vínculo empregatício que dá estabilidade. Você não tem eles com concurso público que sabe que está tendo estabilidade, você está fazendo um negócio que pode simplesmente você entrar em depressão e ter um bloqueio criativo. E se afundar financeiramente

BOTUCATU, AUDIOVISUAL

NESSE CENÁRIO, QUAIS OS TIPOS IDEAIS DE TRABALHADORES E A RELAÇÃO DOS AGENTES COM O CAMPO DA CULTURA?

TIPOS IDEAIS DE TRABALHADORES DA CULTURA

PERFIS DA CULTURA

TRABALHADORES OU FAZEDORES DE CULTURA

As pessoas se inserem no campo da cultura de diferentes formas e razões, nem sempre definidas de forma intencional.

PROFISSIONAL

Que com muitas dificuldades **vive da arte, da cultura**.

Um sobrevivente ou especialista.

DILETANTE

Já **desejou ou ainda deseja viver da arte**, apaixonado.

Em geral tem outra fonte de renda ou profissão.

TÉCNICO/EMPREENDEDOR

Encontrou **outra forma de inserção no campo da cultura.**

São **técnicos que dão suporte** para profissionais ou diletantes e **podem possuir sua empresa prestadora de serviço.**

PROFISSIONAL

DILETANTE

TÉCNICO/EMPREENDEDOR

RELAÇÕES DOS AGENTES COM O CAMPO CULTURAL

A

CULTURA COMO PROFISSÃO

B

CULTURA COMO ATIVIDADE

C

CULTURA COMO TÉCNICA

PERFIS IDEAIS

"...sou profissional., estudei música no conservatório de Tatuí. Desenvolvo um trabalho de música instrumental. Eu vivo da música"

CULTURA COMO PROFISSÃO

"...se eu fosse só atuar na área de cultura não teria retorno suficiente"

CULTURA COMO ATIVIDADE

"...sempre dando suporte, eu falo que sou uma pessoa para dar suporte a fazer as outras coisas acontecer"

CULTURA COMO TÉCNICA

RELAÇÕES DOS AGENTES COM O CAMPO CULTURAL

A

CULTURA COMO PROFISSÃO

É a "Cultura como sobrevivência" (dimensão econômica e cidadã).

Artistas e fazedores de cultura que conseguem "viver" da renda do seu trabalho na cultura e são, em maioria, um pouco "mais estruturados".

A CULTURA COMO PROFISSÃO

São pessoas que foram estudar desde muito jovens em escolas de arte, escolas que desenvolviam atividades no campo cultural de forma bastante contundente (Waldorf, por exemplo), ou cresceram em famílias em que membros já desenvolviam atividades artísticas de algum modo.

Tem a "cultura como herança", e já desenvolviam atividades, desde muito jovens, sem se dar conta de que era uma profissão para o futuro. Muitas vezes acionam o discurso do "talento" e da "natureza" para explicar a inserção no campo.

Trabalho como professora de teatro em escola. Trabalho em escola particular, trabalho como professora de teatro em escolas do município. Em Macatuba eu faço alguns projetos de teatro na cidade que é aqui ao lado, 18 km de Lençóis. Então eu atuo também dessa forma.

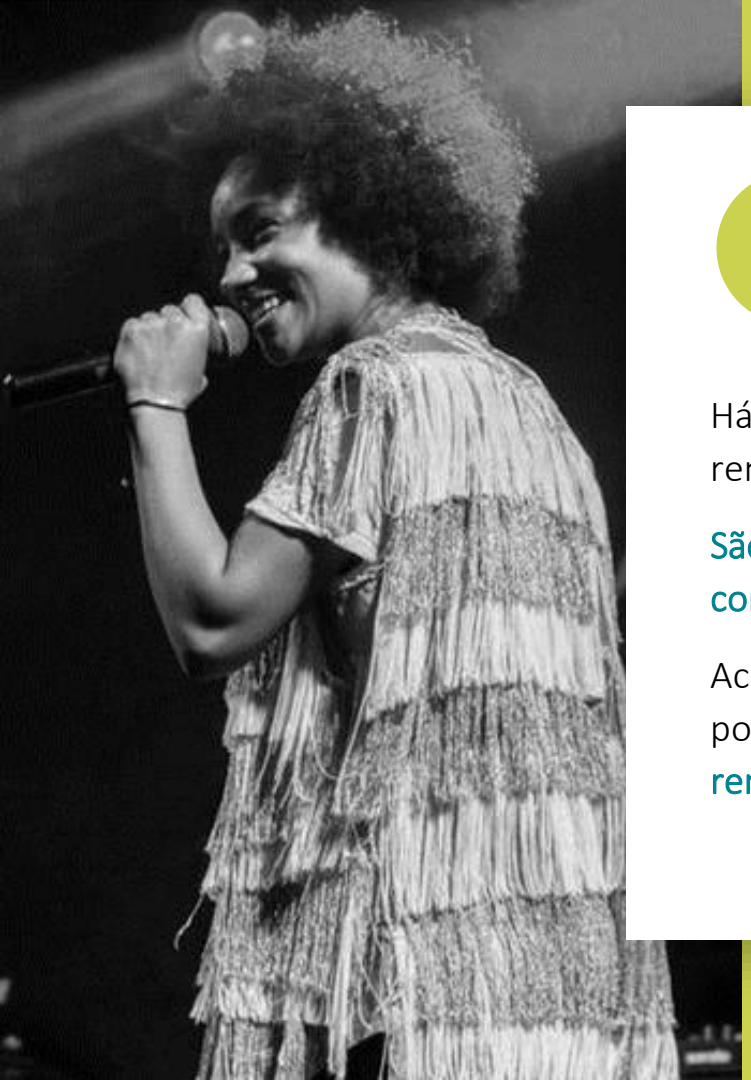
BOTUCATU, ARTES CÊNICAS/ ATRIZ PROFISSIONAL

RELAÇÕES DOS AGENTES COM O CAMPO CULTURAL

B

CULTURA COMO ATIVIDADE

- ”Cultura como Vida, Ativismo e Fruição” (dimensão simbólica e cidadã).
- Trabalhadores que desenvolvem outras atividades, mas também são fazedores de cultura – algumas vezes remunerados por essa segunda atividade, outras não.
- Que gostam de tocar, fazer teatro, artesanato, mas que tem uma profissão ou outra fonte de renda.
- Alguns até quiseram, em algum momento, viver da cultura, outros se encontraram nesse campo após ter outra atividade profissional e quererem diversificar.



B CULTURA COMO ATIVIDADE

Há muitos artistas e fazedores de cultura que tem como fonte de renda outras atividades e até mesmo profissões.

São pessoas que gostariam de viver da arte, mas que não conseguem sobreviver no campo.

Acabam por desenvolver uma atividade cultural diletante, fazem por paixão e, muito eventualmente, ganham alguma remuneração por isso.

Por uma questão financeira eu acabei tendo que fazer um concurso, ganhava um pouco mais e eu fiz o concurso para penitenciária. Mas só que minha paixão é educação. Na verdade aqui são poucos os artistas que só desenvolvem arte, trabalham só com isso. Porque infelizmente a gente tem outra atividade, e faz da atividade artística, um complemento.

AVARÉ, ARTES CÊNICAS/ TEATRO AMADOR

RELAÇÕES DOS AGENTES COM O CAMPO CULTURAL

C

CULTURA COMO TÉCNICA

Cultura como empreendimento ou prestação de serviço técnico na “cadeia de produção” (dimensão econômica).

Profissionais que trabalham no campo da produção cultural e prestam serviço, transformaram seu fazer em negócio.

C CULTURA COMO TÉCNICA / EMPREENDIMENTO

São pessoas que adentraram, em algum momento da vida, como trabalhadores da cultura, seja de forma eventual, remunerada ou não, e que encontraram na cultura um campo fértil para empreender.

Em geral são técnicos e outros profissionais que atuam na cadeia produtiva.

Às vezes é mencionado nosso nome, ah os contrarregras que fizeram o espetáculo acontecer fulano e beltrano. Eu vejo com certeza e de certa forma abrangendo mais. Não só uma produção minha, mas apoiando outras, ajudando outras acontecerem.

BOTUCATU, AUDIOVISUAL E FOTÓGRAFO

INDEPENDENTE DA CLASSIFICAÇÃO E RELAÇÃO DOS AGENTES COM A CULTURA, HÁ UM TRIPÉ DE ATUAÇÃO POSSÍVEL:

EDUCAÇÃO

(Aulas e projetos em escolas específicas, públicas e particulares)

CULTURA

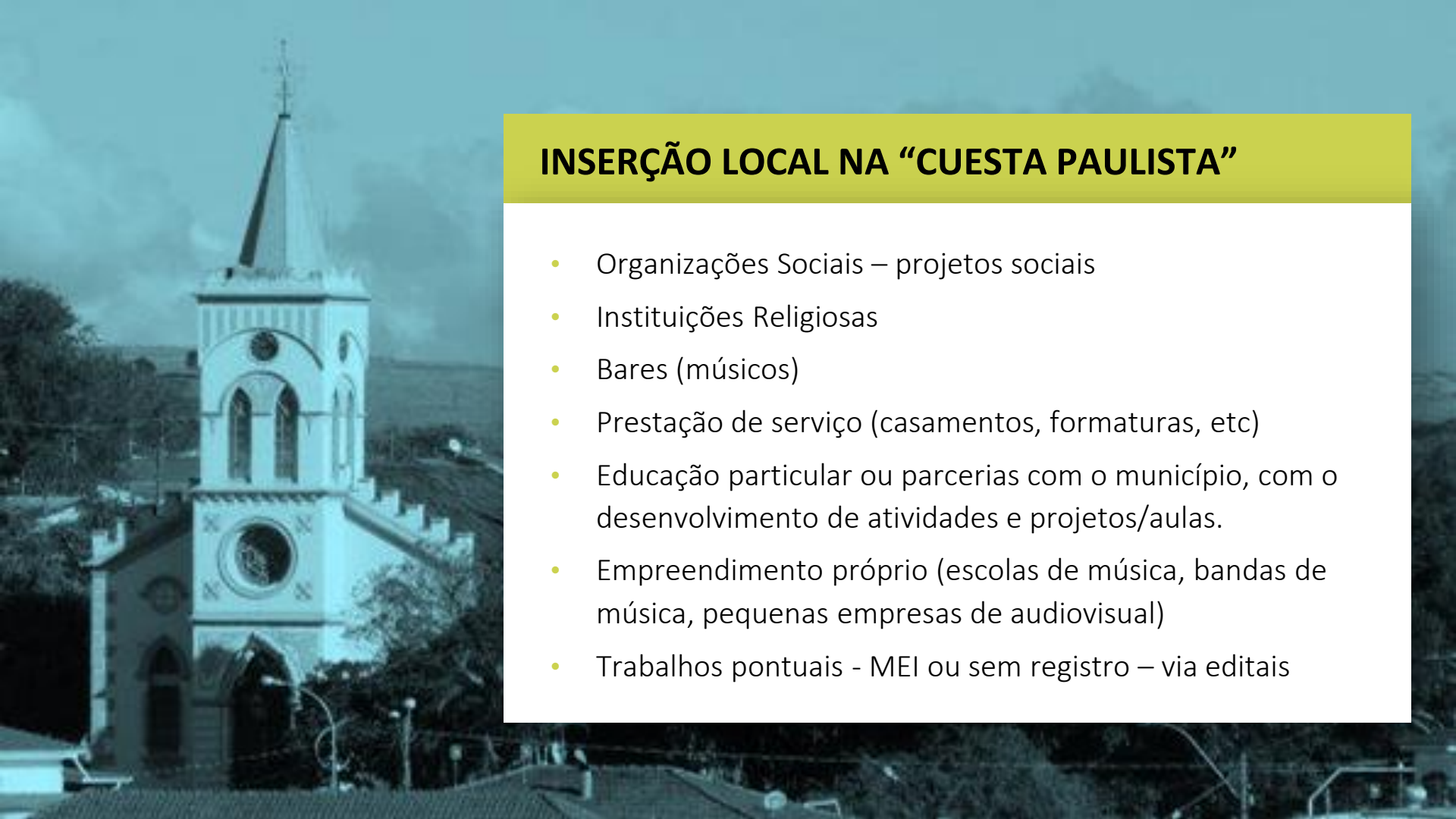
(Apresentações, editais, ações)

PROJETOS SOCIAIS

(Governo, ONGs e instituições religiosas)

DE MANEIRA GERAL, AQUELES QUE SE RELACIONAM COM A "CULTURA COMO PROFISSÃO", ACABAM TENDO MAIORES POSSIBILIDADES DE ATUAÇÃO NOS 3 CAMPOS. PORÉM, TODOS ACABAM TENDO CONTATO E ATUANDO EM TODOS ELES:

- Lecionar em escolas específicas de música ou teatro, por exemplo, exige formação profissional (atuação dos profissionais), mas muitos diletantes trabalham com ensino de arte em escolas públicas ou particulares, pontualmente, bem como projetos sociais.
- Mesmo os técnicos atuam, preferencialmente, nessas três áreas, incluindo projetos sociais desenvolvidos por instituições religiosas. Nesse processo "lecionar" é uma atividade central.
- Não há trabalho desenvolvido exclusivamente em uma área, mas sim de forma concomitante.



INSERÇÃO LOCAL NA “CUESTA PAULISTA”

- Organizações Sociais – projetos sociais
- Instituições Religiosas
- Bares (músicos)
- Prestação de serviço (casamentos, formaturas, etc)
- Educação particular ou parcerias com o município, com o desenvolvimento de atividades e projetos/aulas.
- Empreendimento próprio (escolas de música, bandas de música, pequenas empresas de audiovisual)
- Trabalhos pontuais - MEI ou sem registro – via editais

Apareceu uma oportunidade para eu vir dar aula em Botucatu em projetos sociais e eu acabei ficando nessa, hoje minha atividade de tocar é restrita na região. Eu só trabalho com música, mas a maior parte do tempo com aulas em projetos.

PROFISSIONAL

Eu gosto muito de mostrar as fotografias antigas e como eram aqueles locais. Eu faço a parte da programação para dar um retorno, mas desenvolvo projetos na área de fotografia e memória na região da Cuesta.

DILETANTE

Trabalhei com vários artistas em nível nacional. E, de 9 meses para cá, um novo desafio que foi abrir meu negócio. Há 3 anos eu parei de viajar com artistas e me concentrei em Botucatu, prestando serviço de áudio em igrejas e casas de show.

TÉCNICO

E COMO ESSAS FORMAS DE ATUAÇÃO SE RELACIONAM COM A FORMALIZAÇÃO DA ATIVIDADE?

FORMALIZAÇÃO CAMINHA LADO A LADO COM A PROFISSIONALIZAÇÃO:

Em geral, compartilham da ideia de que se torna efetivamente um profissional no campo da cultura não com a formação/formalização em determinada área, mas a partir da primeira atividade remunerada.

A partir dessa consciência de que é possível ganhar dinheiro com uma atividade, as pessoas começam a ver a necessidade da formalização para prestação de serviço ou para concorrer aos editais.

Essa formalização como PJ "empurra" cada vez mais o profissional para o campo do empreendedor, ao invés de se verem como trabalhadores da cultura apenas – o que veremos ser um grande desafio!

> Qualquer coisa que você vai fazer geralmente pediam para emitir uma NF, CNPJ para fazer um cadastro. Ter a formalidade e também contribuir com aquele tempo de trabalho executado. Seguir as regras da maneira correta

POR OUTRO LADO, É RARO ENCONTRAR QUEM NÃO TENHA NENHUM TIPO DE FORMALIZAÇÃO:

MEI É UMA NECESSIDADE PARA TODOS

A maioria, seja de qual perfil for, sente a necessidade de ter alguma forma de formalização, mesmo quem ainda não possui CNPJ.

Essa formalização é fundamental para:

- prestação de serviços
- emissão de notas fiscais
- contratação em projetos
- participação em alguns editais

Os que ainda não possuem costumam usar nota de outros profissionais, e adiam a formalização porque ainda não foram impelidos pela necessidade (em geral o perfil diletante, que sobrevive de outra atividade remunerada).

FORMALIZAR A PROFISSIONALIZAÇÃO

É bastante amadora sim, nós fizemos muitos cursos, mas eu não tenho especialização, então é um processo bem amador. A gente utiliza a MEI da minha esposa.

AVARÉ, TEATRO, DILETANTE

Porque quando a gente tinha um trabalho e queria oferecer para o SESI, SESC, não tínhamos como fazer se não fossemos profissionais. E a gente queria de verdade participar de editais, várias outras coisas. Você entra no SESC, entra no SESI, uma prefeitura, ou mesmo trabalhos que a gente fez para empresas, tipo a Unimed contrata para fazer trabalhos com as cooperativas, e como você faz?

BOTUCATU, TEATRO, PROFISSIONAL

MAS A PROFISSIONALIZAÇÃO NA CULTURA É UM “PASSO A PASSO”, QUE A FORMALIZAÇÃO É A ÚLTIMA ETAPA:

Buscar a formação que se deseja é o primeiro passo para a profissionalização.

Para os músicos a referência é o conservatório de Tatuí, e para outros profissionais há uma busca por especializações em universidades públicas e cursos locais.

Mas a formação mesmo começa bem antes, em projetos sociais, na escola, na infância e juventude.

Somente a partir da primeira remuneração que se vislumbra a possibilidade de unir trabalho mais paixão pela arte.

“Quando recebi meu primeiro cachê, recebi por algo que fazia com prazer, me senti um profissional”

BOTUCATU, MÚSICA

Até então nessa época não tinha na região, então eu e minha amiga fomos para SP. E tem outras pessoas que acabaram fazendo aqui na região, em Botucatu, quando abriram cursos aqui, no SENAC em Bauru. O processo de profissionalização... até então nós trabalhávamos de forma amadora mesmo. Fazia tudo e não ganhava nada. O primeiro passo nosso foi abrimos uma empresa. Mas aí os encargos de impostos eram muito alto e nós fechamos a empresa e nos cooperamos à Cooperativa Paulista de Teatro de SP. Lá na Cooperativa estivemos quase uns 10 anos, e daí depois surgiu a ideia que cada um de nós abrisse uma MEI

LENÇÓIS, ATRIZ

TENSÃO ENTRE ARTE E MERCADO: TEM QUE SER EMPREENDEDOR?

O artista precisa ser um empreendedor, e essa cultura do empreendedor é muitas vezes, distante da realidade de quem vai desenvolver uma atividade artística.

Não só pelas dificuldades e capacitações técnicas, mas também pelo tempo de dedicação que essa atividade exige.

AVARÉ, TEATRO

Gilson Câmara é um ótimo ator, mas um empreendedor nato. Porque ele sabia vender muito bem as coisas dele. E aí tinha o Juliano Fiori, ele dava assim de 10 no Gilson, mas não sabia vender. Então, quem fazia mais sucesso era a pessoa mais empreendedora

E COMO ENXERGAM AS OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS NA REGIÃO DA “CUESTA PAULISTA” E NACIONALMENTE?

02

AÇÕES, PRODUTOS E MERCADO (LOCAL/NACIONAL)

A ECONOMIA CRIATIVA NO INTERIOR TEM UM POTENCIAL ENORME DE DESENVOLVIMENTO

A economia criativa está sendo desenvolvida no interior por meio de pequenas e poucas oportunidades criadas pelo poder público, projetos e aulas desenvolvidas em escolas especializadas, públicas e particulares, editais (muito pouco), projetos sociais desenvolvidos por ONGs e instituições religiosas (particularmente audiovisual), parcerias com empresas por meio de leis de incentivo, além de propostas pontuais e projetos desenvolvidos pelos próprios artistas.

No campo da música há oportunidades de mercado em apresentações em bares, restaurantes, casamentos e festas.

PORÉM, ENTREVISTADOS ACREDITAM QUE OS PROFISSIONAIS E FAZEDORES DE CULTURA SÃO DESVALORIZADOS:

Os profissionais da cultura não se sentem valorizados, e, inclusive, algumas iniciativas que existiam nas cidades estão minguando desde 2018, e que eram importantes para fomentar uma discussão, atrair pessoas e criar eventos para as cidades.

Portanto, não faltam apenas oportunidades para “viver da cultura” (especialmente para os artistas profissionais), com editais e leis de incentivo, mas também espaços novos e preservação dos já existentes.

DESVALORIZAÇÃO PROFISSIONAL

Lençóis é uma cidade conhecida como a cidade do livro, o escritor Orígenes Lessa nasceu aqui, foi da academia brasileira de letras, a biblioteca aqui leva o nome dele e por conta disso anos e anos tivemos muitos escritores visitando Lençóis, enfim, é uma cidade que tem uma biblioteca muito bonita. É uma cidade que tem o título de cidade do livro, é muito valorizado? Sim, mas desde que você não queira ser profissional.

Se você quiser se profissionalizar você encontra as barreiras. Se houvesse Secretaria de Cultura, existisse uma verba destinada a isso, produção, não só teatral, mas de dança e várias outras coisas. E quando chega na Câmara os Vereadores, oi, para que precisa disso? Porque tem o artista que vai e toca no barzinho e ganha 150,00 e está tudo bem. Mas esse cara provavelmente tem uma outra profissão, não vive só disso

LENÇÓIS, TEATRO

OU SEJA, A “CUESTA PAULISTA” É UMA REGIÃO REPLETA DE POSSIBILIDADES, MAS QUE PRECISA SER FORTALECIDA

A Cuesta Paulista é vista como uma região rica de possibilidades culturais em todos os campos, fotografia, memória, teatro, música, etc.

Mas muitos enfatizam que o “passado” mais próximo era mais promissor, com mais eventos e atividades. Hoje há muitas coisas que foram descontinuadas, como por exemplo a Feira Literária de Lençóis (“cidade do livro”), o Botucanto (evento de música em Botucatu), e outras ações.

Os artistas atribuem isso a decisões políticas de gestões eleitas recentemente.

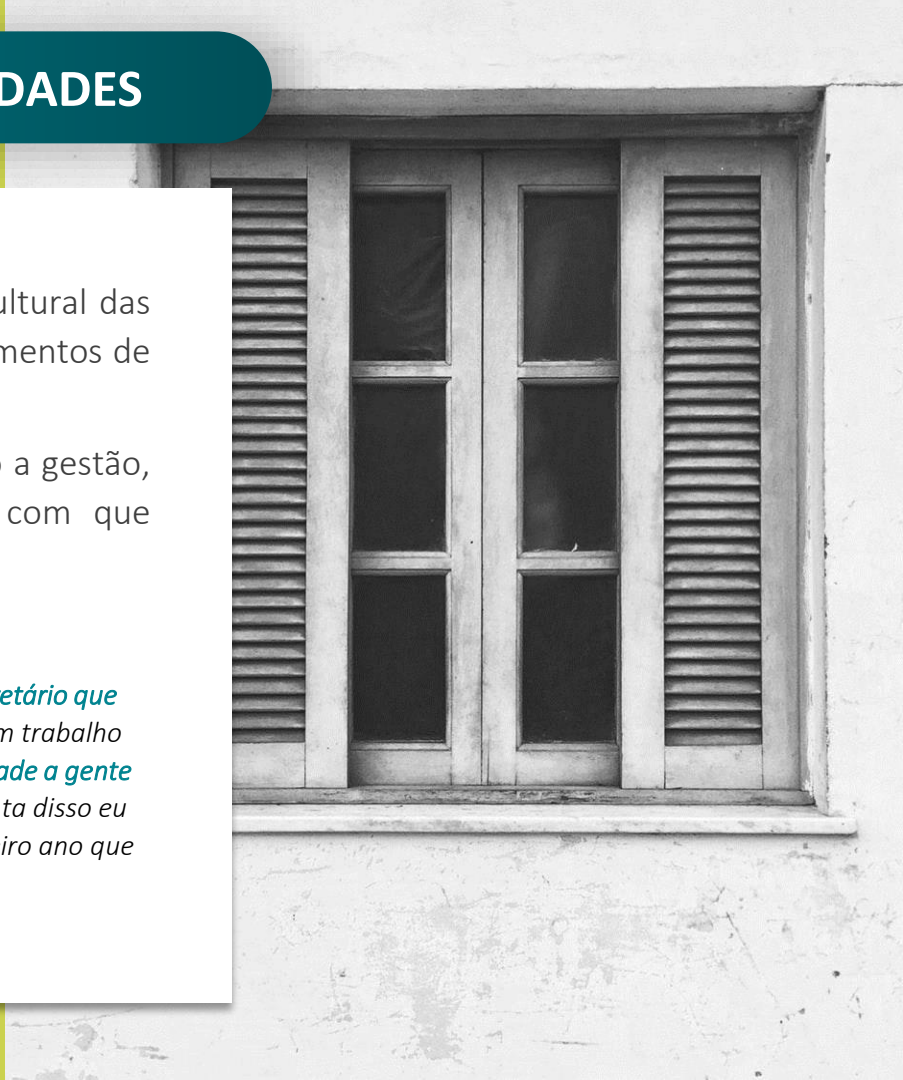
POLÍTICA LOCAL: JANELA DE OPORTUNIDADES

Política é vista como grande indutora da efervescência cultural das cidades. As pessoas conseguem apontar com clareza momentos de maior oportunidade.

Por outro lado, essas políticas públicas oscilam de gestão a gestão, o que fragiliza a atuação desses profissionais e faz com que busquem estratégias para sobreviver e lutar.

AVARÉ, TEATRO

*É muito através da política. **Depende muito do secretário que está se ele incentiva ou não**, se a gente consegue um trabalho legal ou não. E por que eu falo isso? **Porque na verdade a gente não pode depender dessas questões** (...) E aí por conta disso eu tenho estudado muito sobre editais. Esse foi o primeiro ano que eu escrevi um projeto para o PROAC (...)*



NESSE CONTEXTO, QUAIS OPORTUNIDADES DE ATUAÇÃO ENXERGAM?

FRENTE A ESSAS DIFICULDADES ENCONTRADAS POR PARTE DO PODER PÚBLICO, NA MAIORIA DAS VEZES, **SÃO OS ARTISTAS E FAZEDORES DE CULTURA OS CRIADORES DE SUAS PRÓPRIAS OPORTUNIDADES...**

BOTUCATU, MÚSICO

"Eu sou um profissional da música. Faço parte de vários projetos musicais, toco em vários lugares. Crio minhas oportunidades para atuar"

ENTRE AS AÇÕES, PROJETOS E PRODUTOS PELOS QUAIS OS AGENTES DA CULTURA BUSCAM OPORTUNIDADES, SEJA NO SETOR PRIVADO, PÚBLICO OU TERCEIRO SETOR, ESTÃO:

DE TODO MODO, POUCAS SÃO AS OPORTUNIDADES REGULARES E A MAIORIA TEM QUE ESTAR SEMPRE BUSCANDO ATIVIDADES DIVERSIFICADAS DE FORMA SIMULTÂNEA:

As maiores oportunidades (regulares) para manutenção dos artistas e fazedores de cultura são no campo da educação, lecionando ou desenvolvendo projetos de arte educação junto ao poder público ou organizações sociais.

Mas há oportunidades pontuais, que não garantem a sobrevivência, tais como os editais, os convites para trabalhar em algum projeto vencedor de um edital, tocar em casamentos, bares ou eventos. Geralmente são as atividades que mais gostam e sentem prazer em fazer.

Mas é certo que, com exceção do perfil mais técnico, todos realizam muitas atividades diversificadas e de forma simultânea.

COMO VIMOS, UMA FORMA IMPORTANTE DE GARANTIA DE RENDA, INDEPENDENTE DAS FLUTUAÇÕES DE INVESTIMENTO DA GESTÃO LOCAL SÃO OS EDITAIS PÚBLICOS, PORÉM:

Os editais não são mecanismos garantidos de se obter renda, além de não necessariamente serem regulares, podendo ficar também reféns da boa vontade de gestões específicas.

Entre os principais problemas apontados por aqueles que vislumbram nos editais boas oportunidades (especialmente artistas com formação acadêmica) está a falta de regularidade da propositura por parte do governo municipal.

Além disso, exigem mais uma vez uma postura empreendedora por parte dos artistas e nem todos sentem-se preparados para participar...

ALÉM DISSO, APARECEM OUTRAS DIFICULDADES EM RELAÇÃO A INSCRIÇÃO NOS EDITAIS DE CULTURA:

LINGUAGEM: muitas vezes falta clareza e simplicidade na linguagem para que qualquer possa entender o que está sendo pedido. Parece ser feito para “especialistas em edital".

RELEVÂNCIA: nem sempre as oportunidades abertas pelos editais se encaixam nas habilidades do agente da cultura, nem no que ele vislumbrou inicialmente.

BUROCRACIA: editais exigem muita documentação, o que demanda tempo e paciência para se levantar.

CAPACITAÇÃO: para escrever um bom projeto é preciso ter experiência com editais e facilidade na escrita, o que é algo que nem todos tem.

PERCEPÇÃO SOBRE EDITAIS

E a burocracia que é, quando você pega e vê a quantidade de documentos que você tem que providenciar, é bem complicado. Eu acho que assim, o PROAC que é o edital do Estado de SP é mais simples do que a Lei Rouanet. Mas eu acho que essa burocracia e a montagem do projeto é muito complicada para você fazer

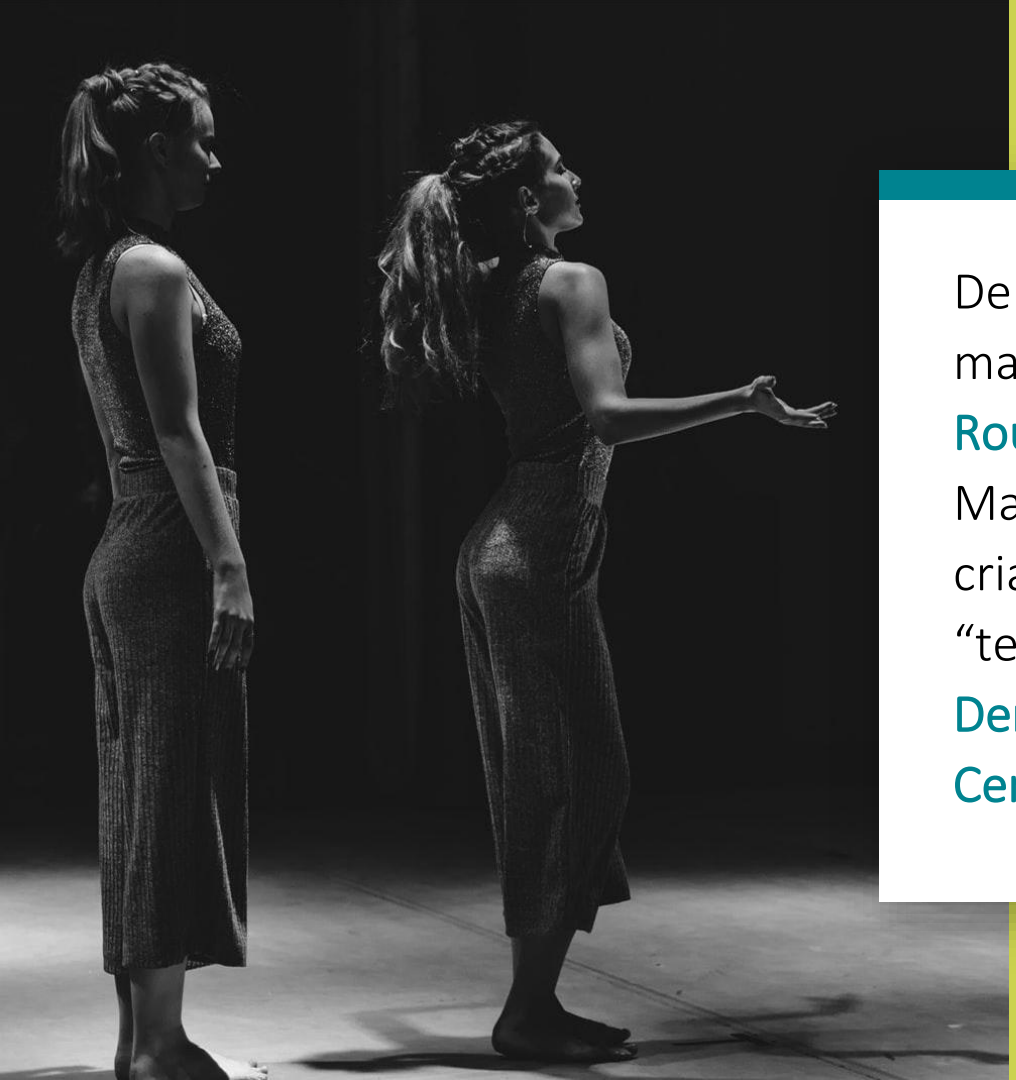
LENÇÓIS

Sempre precisa de alguém que realmente entenda mais da coisa, do caminho, né? A pessoa já desanima ali no começo... Mesmo porque tem a questão do tempo também, quando você pensa, "Poxa vou parar para fazer isso aqui" já tem gente ligando, pedindo orçamento de um show, aí você já está perdendo tempo de execução, de talvez divulgar alguma coisa ou fazer um vídeo. Você fica sempre tentando equilibrar, ali naquela, né?

BOTUCATU

Não sei a linguagem dos editais. Eu sei que tudo se aprende, mas eu não levo jeito e não gosto de fazer. Com esse tempo eu poderia estar fazendo outra coisa que eu quero ou sei fazer. Mas fiz um curso de Marketing Digital para Músicos na pandemia

BOTUCATU



Dentre os editais e leis de incentivo mais citados estão o ProAC e a Lei Rounet.

Mais recentemente, dizem que foram criados outros canais, lançados em "tempos de pandemia": "Olhar Para Dentro", de botucatu e o edital do Centro Max Feffer.

INSTITUTO JATOBÁS

Dentre as inciativas recentes e positivas, aparecem o edital do Centro Max Feffer e o Instituto Jatobás.

Porém, são instituições que não olham para os agentes da cultura apenas no momento de crise, mas estão sempre ajudando no que eles precisam, apoiando e fomentando os artistas do interior.

Max Feffer que sempre estão atuando nessa área, e em Botucatu você acaba tendo projetos, mas projeto estadual, o Guri, acho que é estadual.

BOTUCATU, GUIA TURÍSTICO

A minha parceira de trabalho desenvolve um projeto que é a Hora do Conto, conseguiu através da Lei Rouanet. O Instituto Jatobás que auxiliou ela em todo o processo.

LENÇÓIS, FOTÓGRAFO

Max Feffer olha para nós do interior. É fantástico

LENÇÓIS, ATRIZ

PORÉM, COM TODAS ESSAS DIFICULDADES EM EXPERTISE E FALTA DE TEMPO PARA ESCREVER EDITAIS, HÁ PERCEPÇÃO QUE O MERCADO BENEFICIA SEMPRE OS MESMOS (“PANELINHA”):

A percepção é de que os editais, e mesmo projetos escolhidos pelas empresas através da Lei Rouanet, beneficiam sempre as mesmas pessoas: os “especialistas” na escrita de editais.

Em razão das dificuldades muitos preferem trabalhar para alguém que ganhou um edital ou pagar para alguém escrever o projeto.

LENÇÓIS, TEATRO

“Aquela atriz acho que é o terceiro ano que ela já faz, mas ela já vinha de um processo, as empresas que hoje fazem através da Lei Rouanet com ela, já patrocinavam ela. O projeto tem 15 anos, e com a lei Rouanet é o terceiro ano que ela está fazendo. Ela já tinha um projeto com as empresas e aí as empresas optaram por entrar através da lei Rouanet”

PATROCÍNIO EMPRESARIAL:
APOIO APENAS PARA O PROJETO PRONTO/DIVULGAÇÃO:

As dificuldades de muitos profissionais são ainda maiores quando se fala de buscar patrocínio de empresas diretamente, sem passar pela Lei Rounet. Segundo eles, a maioria das empresas gostam do trabalho, mas acham que todo projeto "custa muito" e não entendem o valor da arte.

Os que conseguem apoio (sem ser via Lei Rouanet) é apenas para a fase de divulgação e não para a realização/execução do projeto – que é a parte mais custosa para os artistas.

Eu pego apoio de empresas que acreditam no meu projeto de divulgação da região, que isso ajuda a divulgar quando você faz fotos, faz isso, aquilo, você está divulgando, tem pessoas que tem muito interesse por isso. Mas as pessoas não pagam por esse interesse, elas gostam, consomem, mas dificilmente pagam para fazer isso acontecer

BOTUCATU, AUDIOVISUAL/ GUIA TURÍSTICO

NESSE CENÁRIO,
A MAIORIA CONSIDERA IMPORTANTE QUE OS AGENTES E PROFISSIONAIS DA CULTURA SE ORGANIZEM...

SENTEM NECESSIDADE DE UMA ORGANIZAÇÃO, QUE NASCE DA URGÊNCIA

Alguns profissionais acham importante se organizarem, com ampliação das possibilidades de interação e troca de conhecimento efetiva, e com resultados e retorno financeiro para os trabalhadores, gerando oportunidades.

Atualmente, grupos organizados no WhatsApp são mais efetivos na troca de informações.

PORÉM, MAIORIA DESCONHECE DE FORMA MAIS PROFUNDA ASSOCIAÇÕES E ORGANIZAÇÕES LOCAIS:

Foi apontada ausência de organização dos profissionais de cultura, muitos não sabem identificar associações ou grupos mais sólidos.

De alguma forma, a Lei Aldir Blanc mobilizou um pouco a sociedade local, no sentido de chamar a atenção para essa necessidade.

Quase ninguém comentou sobre a situação do município junto ao Sistema Nacional de Cultura, Fundo de Cultura e o Conselho Municipal (apenas uma referência).

AS PESSOAS RECONHECEM UMA ORGANIZAÇÃO MAIOR DOS PROFISSIONAIS DE TEATRO DA CIDADE DE LENÇÓIS (DOIS GRUPOS)

ORGANIZAÇÃO DE CLASSE

O que estamos organizando agora é um grupo de fotógrafos, eu sou o coordenador, eu fiz o negócio nascer, que são os fotógrafos da Cuesta

BOTUCATU

Agora está tendo um movimento. E isso é para tudo, para questão do patrimônio histórico, não conseguia criar uma comissão de preservação do patrimônio histórico. São várias coisas. E aí surgiu uma associação que se chama ALIC, Associação Lençoense de Incentivo à Cultura, um nome assim

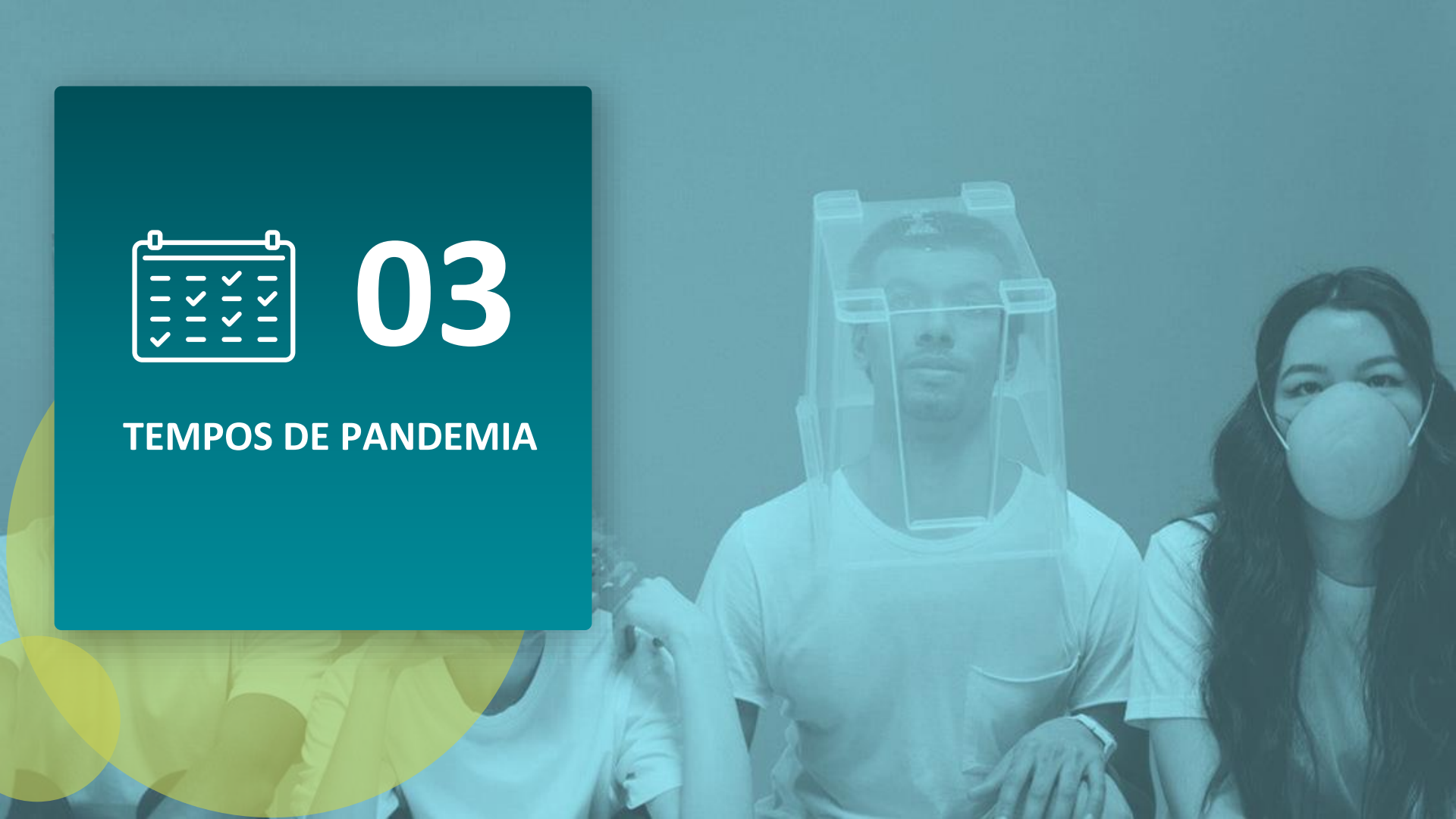
LENÇÓIS

Tem o movimento teatral de Botucatu, eles atuam muito no sentido de conseguir trabalhos, eles desenvolvem... Eu não lembro se era festival ou uma feira de livro, mas enfim, era um evento grande que eles faziam. Em Bauru também tem, mas não vou saber falar o nome. Mas se a gente pensar que Bauru é uma cidade um pouco maior, e Botucatu também, as cidades menores ficavam muito sem organização...

BOTUCATU

03

TEMPOS DE PANDEMIA



O QUE ERA FRACO PIOROU, O QUE ESTAVA EM ANDAMENTO PAROU!

Todos e todas parecem de alguma forma concordar que a situação anterior à pandemia já era bastante difícil. Sem valorização e políticas públicas efetivas (com leis de incentivo que beneficiavam poucos, e quase sempre, os mesmos).

No entanto, o que já era “fraco” piorou e muito com a pandemia: os trabalhos desapareceram completamente e muitos acabaram ficando em situação financeira bastante complicada!

Foram pouquíssimos trabalhos e nós tínhamos projeto, nós tínhamos a hora do conto. E a Hora do Conto é dentro das escolas. Ficamos limitados a isso. Nós tínhamos um projeto em Macatuba que íamos fazer várias apresentações, e inclusive uma das apresentações tinha uma produção porque Macatuba solicitou uma peça exclusiva para trabalhar com adolescentes, nós escrevemos o texto. E fomos na prefeitura no dia 17 de março, assinamos o contrato, a verba está parada lá, as escolas não estão funcionando e não executamos.

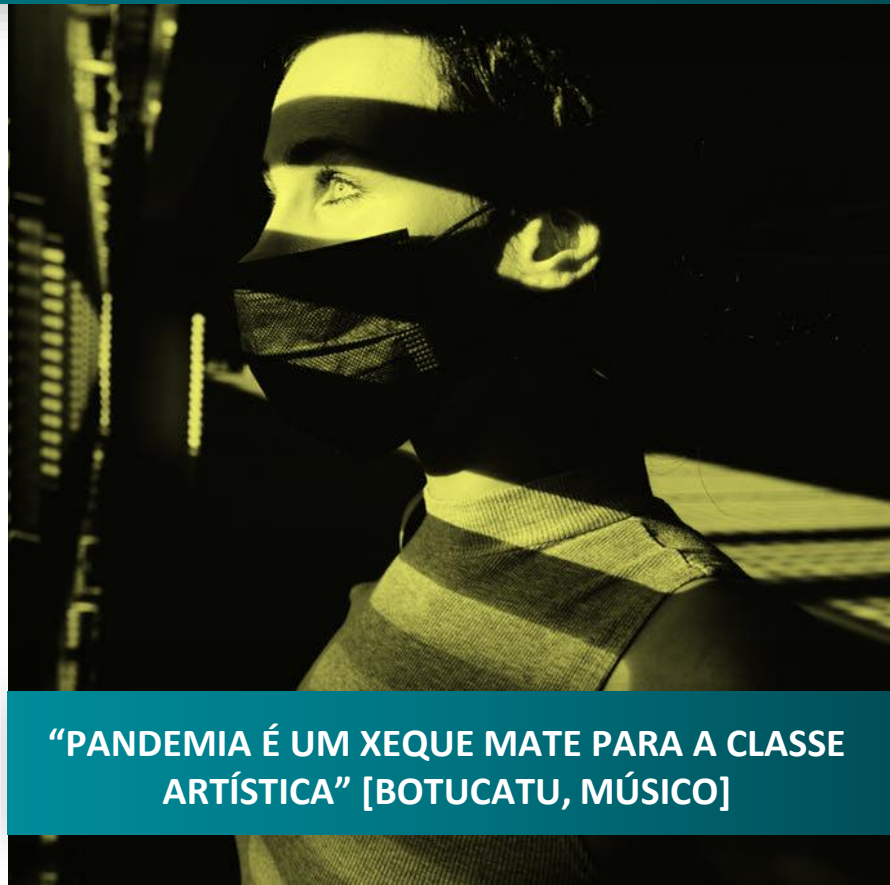
LENÇÓIS

COMO CONSEQUÊNCIA, MUITOS RELATAM DEPRESSÃO E DIFICULDADE DE REAÇÃO

Angústia, incerteza e até depressão são sentimentos que descrevem a perspectiva dos trabalhadores da cultura.

Mas assim como costumam fazer em outras situações e momentos de dificuldades, buscaram uma reação "pra dentro", fazendo cursos, se atualizando, estudando possibilidades de ação para o momento e até concretizando antigos planos.

Alguns tiveram que buscar alternativas "por fora" para se manter – relatos de amigos/conhecidos que foram trabalhar com entregas etc.



"PANDEMIA É UM XEQUE MATE PARA A CLASSE ARTÍSTICA" [BOTUCATU, MÚSICO]

AÇÕES NAS REDES SOCIAIS : MUITO APRENDIZADO, EXPERIÊNCIA E TRABALHO, MAS POUCO OU NENHUM RENDIMENTO!

As ações nestes tempos foram focadas nas redes sociais, não apenas lives (em que muito aprendizado sobre o processo foi acumulado), mas em divulgação de trabalhos já realizados e novos trabalhos, marketing, cursos, aulas, etc.

Definitivamente muitos passaram a conhecer o potencial das redes, mas há inúmeros desafios e dúvidas sobre como sobreviver com essas ações.

A PANDEMIA PRESSIONOU A OCUPAÇÃO DO ESPAÇO NAS REDES SOCIAIS, MAS NÃO NECESSARIAMENTE ESSA OCUPAÇÃO TROUXE MONETIZAÇÃO!

LENÇÓIS

Nós trabalhamos muito pouco, nós fizemos um trabalho para o Max Feffer, nós fizemos uma live lá de uma peça, duas lives aqui em Lençóis através dessa ALIC e mais nada. Aí no dia das crianças fizemos uma live com jogos, brincadeiras, uma manhã. Mas não recebemos nada

LIVE PARA GANHAR DINHEIRO: SÓ SE FOR “ARTISTA CONHECIDO”

Observam que apenas os “artistas” já valorizados e reconhecidos conseguiram patrocínio para suas apresentações virtuais, inclusive de empresas que possuem suas fábricas na região: por que não valorizar e incentivar os grupos locais?

Fora dos patrocínios de empresas, têm dificuldade de enxergar como seria possível monetizar essas lives e atividades artísticas online – mais uma vez, a ausência de um preparo “mais comercial” pesa.

Além disso, passados os momentos inicias da pandemia, alguns afirmam que houve um excesso de lives e que agora o público já está farto desta modalidade, o que diminui a audiência e possibilidades de rendimento.

EDITAIS E LEIS EMERGENCIAIS EM TEMPOS DE PANDEMIA

LEI ALDIR BLANC: RESULTADO DE MOBILIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA CLASSE ARTÍSTICA

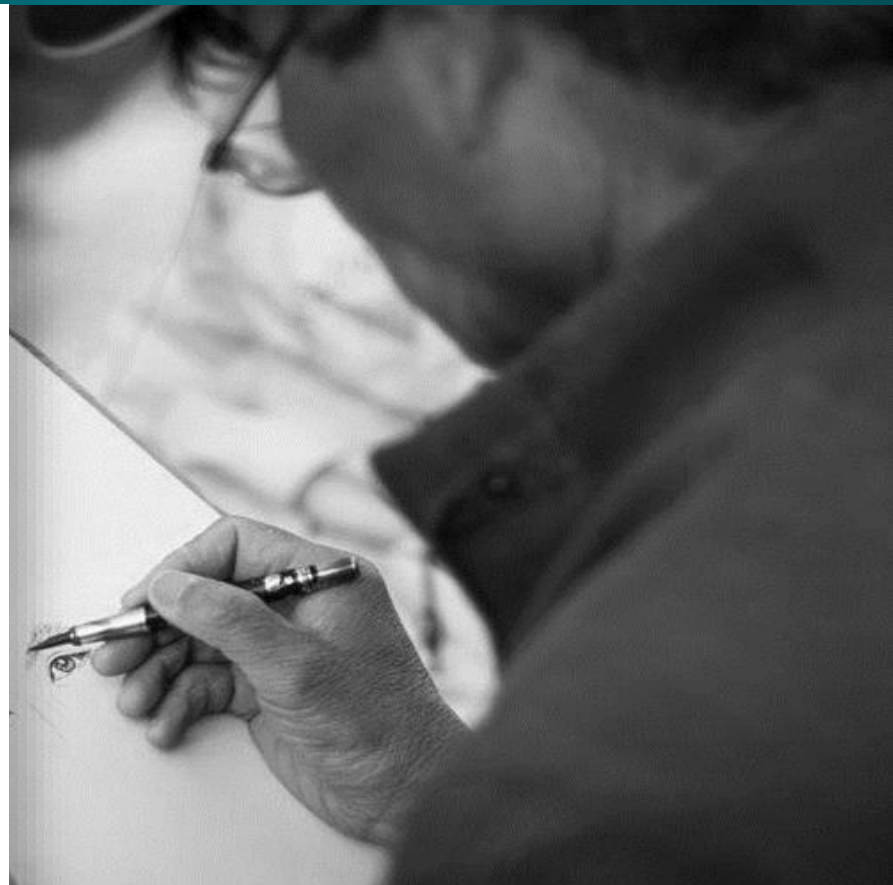
Um dos efeitos da Lei Aldir Blanc foi o reconhecimento de que é preciso mobilização e organização e que essa mobilização também teve efeitos concretos: a aprovação da própria Lei.

Mas essa percepção está presente nos poucos que atuam junto ao poder público, e, no geral, muitos enfrentam as dificuldades da burocracia e linguagem dos editais, inclusive para acessar a lei, além da falta de estrutura de algumas gestões municipais em distribuir esses recursos.

ALGUNS EDITAIS LOCAIS COMO SOCORRO EM TEMPOS DE PANDEMIA:

“Olhar para Dentro”, de Botucatu e o edital Max Feffer foram os únicos citados como oportunidades: o primeiro com remuneração mais significativa e o segundo apenas avaliado como positivo em termos de divulgação do trabalho.

Mas de modo geral, acham que foram poucas as iniciativas de governos locais para ajudar os agentes da cultura da região e que esses editais são insuficientes para o sustento em todos o período da pandemia.



Aqui em Botucatu a verba é curta para cultura, o que acaba tendo hoje, e que saiu agora foi um edital, “Olhar para Dentro”, saiu bem em cima, era para ser emergencial durante a pandemia, não que acabou a pandemia, mas se você comparar o tempo que passou na pandemia, quem estivesse dependendo dele ia passar fome. Temos aí 8 meses de pandemia, começou em março, são quase 8 meses. Então, se a pessoa fosse depender dele mesmo, emergencial, não ia dar. É para a pessoa respirar um pouco.

BOTUCATU

EM RESUMO, QUAIS OS APRENDIZADOS E DESAFIOS NO PÓS-PANDEMIA?

PANDEMIA COMO OPORTUNIDADE:

Em tempos de pandemia, assim como em outros de crise em momentos anteriores, o discurso é de que os próprios artistas foram **“cavando oportunidades”** de ação e novos aprendizados.

Oportunidade para desenvolver projetos nas redes sociais, que foram **“acelerados” pela pandemia,** na visão dos profissionais ou mesmo se atualizar sobre gestão da carreira, participação de editais etc.

MAS PRINCIPALMENTE COM DESAFIOS E DIFICULDADES:

Diante de tantos aprendizados, para além das dificuldades financeiras próprias da pandemia, fica ainda a percepção de que a internet e as redes sociais são excelentes para divulgação. Dessa forma, um espaço antes pouco utilizado foi ocupado de forma criativa.

O problema é que **não sabem como monetizar e como fazer dessa experiência uma fonte de rendimento.** Essa situação é ainda mais grave e desafiadora para quem vive da arte.

04

CONSIDERAÇÕES FINAIS: BARREIRAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

EM RESUMO, AS PRINCIPAIS BARREIRAS ENFRENTADAS PELOS AGENTES DE CULTURA ATUANTES NA “CUESTA PAULISTA” SÃO:

A. DIFICULDADES DE FORMAÇÃO

B. AUSÊNCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

C. FORMALIZAÇÃO E CONTRATAÇÃO

D. CAPTAÇÃO DE RECURSOS: EDITAIS E EMPRESAS

E. MONETIZAÇÃO DE ATIVIDADES ONLINE

EM RESUMO, AS PRINCIPAIS BARREIRAS ENFRENTADAS PELOS AGENTES DE CULTURA ATUANTES NA “CUESTA PAULISTA” SÃO:

A. DIFICULDADES DE FORMAÇÃO

B. AUSÊNCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

ARTISTAS COMO EMPRESÁRIOS!

C. FORMALIZAÇÃO E CONTRATAÇÃO

D. CAPTAÇÃO DE RECURSOS: EDITAIS E EMPRESAS

E. MONETIZAÇÃO DE ATIVIDADES ONLINE

NESSE CENÁRIO DE DIFICULDADES ESTRUTURAIS E CONJUNTURAIS (PANDEMIA) AS PERSPECTIVAS PARA O FUTURO SÃO MARCADAS PELA INCERTEZA, PREOCUPAÇÃO, APREENSÃO E DESCRENÇA:

Esse ano não vamos conseguir mais nada. E mês de janeiro e fevereiro eu acho que vai ficar ainda bastante difícil. Pode ser que comece a ter alguma coisa a partir de março, abril. Eu espero que isso aconteça. Mas assim, as coisas vão acontecer, se já era difícil, deu uma parada, na hora que retomar talvez fique mais difícil ainda. Infelizmente.

AVARÉ, TEATRO

Vírus não respeita calendário. O artista já não vive, mendiga. Então tem que ser reconhecido!

BOTUCATU, MÚSICO

OPORTUNIDADES DE APOIO AOS AGENTES DA CULTURA

A

CAPACITAÇÃO: EMPREENDEDORISMO

- Os artistas e profissionais da cadeia produtiva artística precisam de ajuda na construção de formas de comunicação, marketing, redes sociais, administração, e tudo para fazer o negócio acontecer.
- Mas tudo isso toma muito tempo, e não é percebido como uma atividade agradável, embora valorizem o processo de aprendizado. Também não enxergam retorno imediato do trabalho.
- Por isso, precisam de apoio em capacitação comercial além de auxílio para escritura de editais, dúvidas burocráticas etc.

B

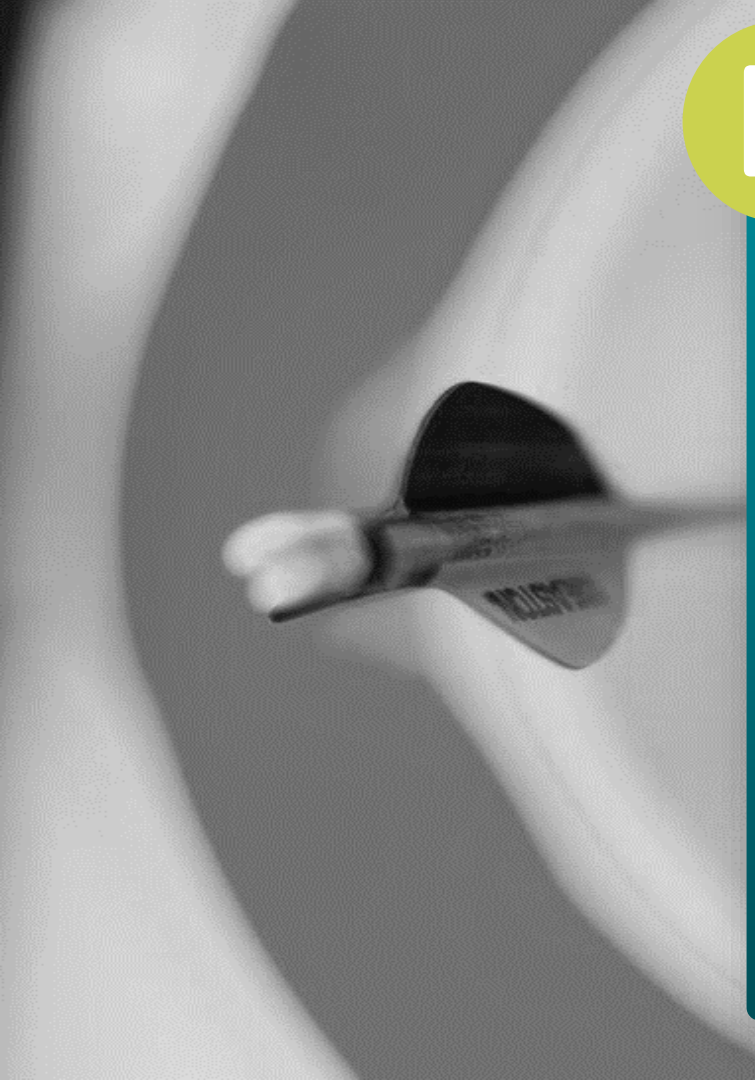
PARCERIAS: REDE DE EMPRESAS E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Artistas, profissionais e fazedores de cultura precisam de ajuda para **mapear possibilidades de captação de recursos** para seus projetos, mas não só, precisam **“aprender a vender seu peixe” ou contar com organizações que possam fazer isso por ele,** levando uma “carteira de bons projetos” para serem financiados por empresas.
- **Se há, por exemplo, parcerias locais para a construção de teatro, entre poder público e empresas, é preciso estabelecer uma ponte de relações entre os artistas locais e empresas.**

C

ORGANIZAÇÃO: MAPEAMENTO DA CADEIA E MOBILIZAÇÃO

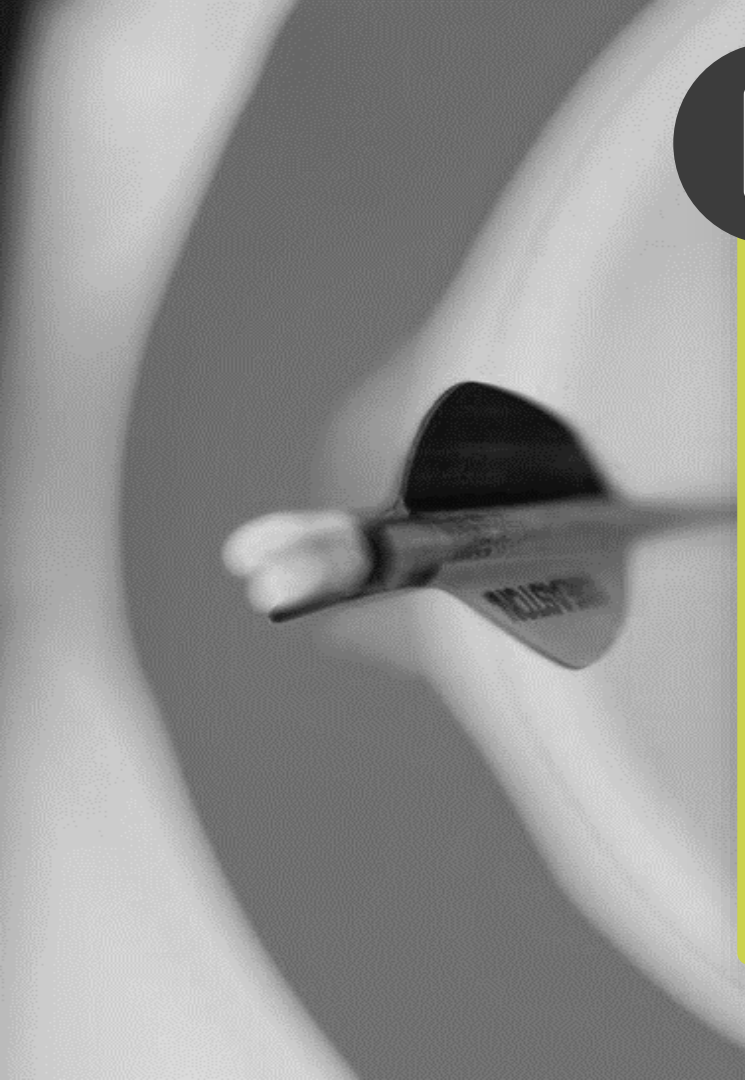
- **Importante ter um mapeamento dos artistas e fazedores de cultura da região** (talvez a Lei Aldir Blanc já tenha possibilitado esse processo, ou ao menos deveria, em todos os municípios). E **trazer os profissionais para debates, formações e mobilizações e ações permanentes**, que possam colocar a cultura na agenda de políticas públicas do município.
- **Sensibilizar gestores públicos sobre a potência em termos de transformação social e geração de emprego e renda local,** o impacto da cultura para a economia e para a formação cidadã. Para que reconheçam e façam parte da construção de associações fortes que pautem e lutem por oportunidades concretas de rendimento para o coletivo.



D

FORMAÇÃO: DESVENDAR OS EDITAIS

- **Embora os editais locais sejam poucos, há interesse dos profissionais** (em razão de editais públicos estaduais – PROAC - e federais – Lei Rouanet) em **aprender a fazer um projeto , compreender a "burocracia" (a documentação) e as exigências de cada edital.**
- Atualmente alguns desistem do processo, ou pagam alguém para fazer o projeto. Outros preferem prestar serviço para os ganhadores dos editais.
- O fato é que a programação cultural de muitos municípios é baseada na apresentação destes projetos vencedores localmente e os **artistas precisam de suporte e preparação para se inscreverem.**



E

PROFISSIONALIZAÇÃO: CURSOS DE FORMAÇÃO

- Muitos profissionais no campo da cultura fizeram sua formação no momento da infância e adolescência, reconhecendo-se como profissionais no momento em que passaram a ser remunerados . Percorreram grandes distâncias ou formaram-se por influência da família ou de escolas que estimulavam habilidades no campo da cultura.
- Algumas pessoas apontam que muitos cursos de formação foram fechados, são distantes ou se constituem como simples “passatempo”, lazer.
- Uma possibilidade interessante seria a criação de oportunidades de profissionalização com bolsas e remuneração de estudantes, ou mesmo de oferta de cursos por áreas de interesse.

F

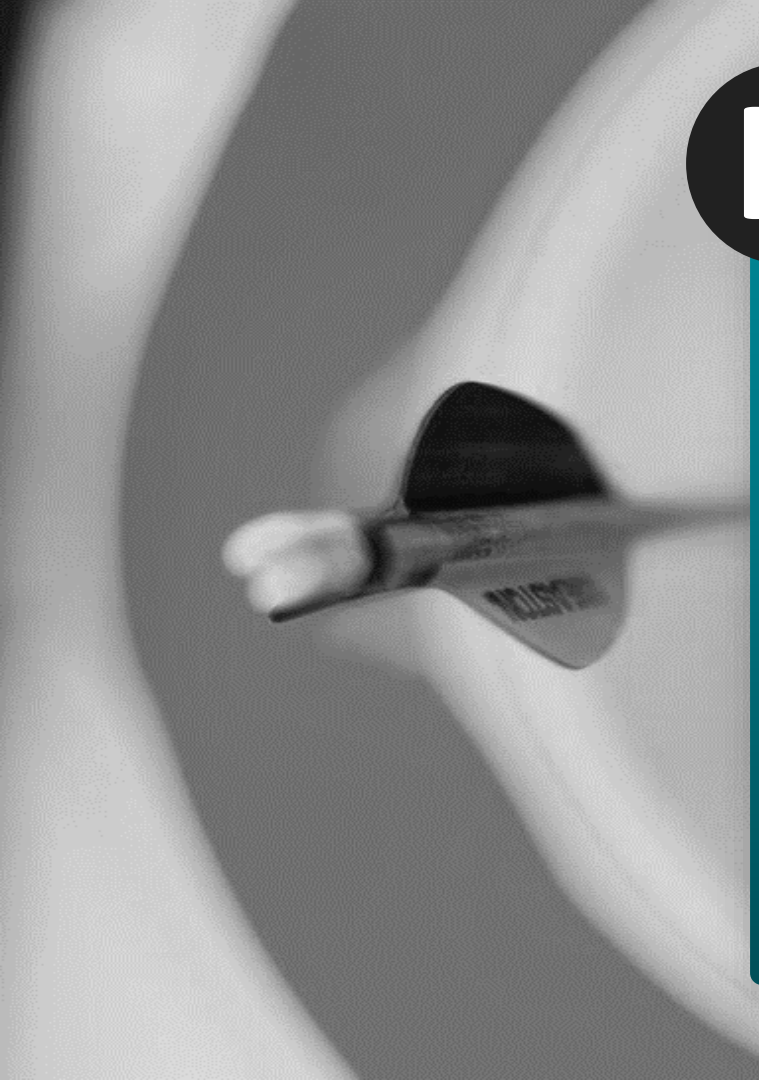
FORMALIZAÇÃO: CNPJ

- Os profissionais e fazedores de cultura operam entre a formalização e a informalidade, mesmo os que possuem CNPJ. Entendem a formalização como um processo fundamental e necessário no processo de profissionalização.
- Mesmo os que não possuem CNPJ tem essa clara compreensão do processo para emissão de notas fiscais, concorrência em editais e outras oportunidades. Alguns acabam contando com a “formalização compartilhada”, uso de CNPJ de outros artistas que emprestam para viabilizar o processo.
- Portanto, **há possibilidade de ampliação dessa formalização e entendimento sobre trâmites burocráticos envolvidos no uso de CNPJ.**

G

RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO: VALORAÇÃO DO TRABALHO

- Artistas e fazedores de cultura, ainda que reconhecidos localmente pelo público, não se sentem valorizados. **Seria imprescindível a criação de um processo de compreensão social sobre o valor do trabalho de um profissional da cultura,** que sempre é menosprezado (até mesmo por empresas e poder público que desejam realizar projetos).
- A **compreensão da cultura apenas como entretenimento é nociva para o processo de valorização dos profissionais,** visto como algo supérfluo. É preciso que **sejam encarados como trabalhadores que produzem um bem coletivo de valor simbólico, econômico e de fortalecimento da cidadania,** e que as pessoas remunerem esse trabalho, contratando artistas e fazedores de cultura local .



H

GERAÇÃO DE OPORTUNIDADES: FESTAS, FEIRAS E EVENTOS

- Todos os perfis de trabalhadores no campo da cultura lamentam o fim ou interrupção de atividades que agregavam e davam visibilidade para o munícipio e, consequentemente, para os artistas.
- É importante **manter e desenvolver uma cena, um contexto de produção local, que tenha potencial de atrair pessoas, gerar conhecimento, renda e oportunidades. Feiras literárias, festivais de música, de artesanato, de economia criativa devem ter continuidade e criar uma marca,** pautada na identidade e na história local.
- Importante também dar oportunidades aos mais variados artistas: abrir espaços para seguir a luta e fazer o que se ama!

FLUXO DE TRABALHO

METODOLOGIAS

A

ENTENDENDO A CADEIA PRODUTIVA NO INTERIOR

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

QUALITATIVA

B

PANORAMA DA CADEIA CULTURAL DO INTERIOR

PESQUISA QUANTITATIVA ONLINE

QUANTITATIVA

BACKGROUND E OBJETIVOS

O objetivo deste estudo foi traçar um panorama mais amplo da economia criativa do interior paulista, com foco na região da Cuesta Paulista.

Para isso, foi mapeado o perfil dos agentes da cadeia cultural e artística e sua inserção na economia criativa local, identificando, assim, oportunidades e desafios para o desenvolvimento da cadeia produtiva local.

PESQUISA QUANTITATIVA

METODOLOGIA

Pesquisa quantitativa online

AMOSTRA

232

entrevistas

PRAÇAS

Agentes da cadeia de produção artística e cultural da Cuesta Paulista

PERFIL

Homens

Mulheres

18 anos ou mais

Margem de erro aproximada: **6,4** p.p. considerando um universo acima de 10.000

Data de campo

Entre os dias 03 de abril e 03 de maio de 2021

O questionário foi elaborado e programado pela Locomotiva e disparado pelo Instituto Jatobás/ Giallo Marketing

AGENDA

01 OS AGENTES DA ECONOMIA CRIATIVA DA CUESTA PAULISTA

02 OPORTUNIDADES E DESAFIOS DA ECONOMIA CRIATIVA LOCAL

03 IMPACTOS DA PANDEMIA

04 CONSIDERAÇÕES FINAIS

01

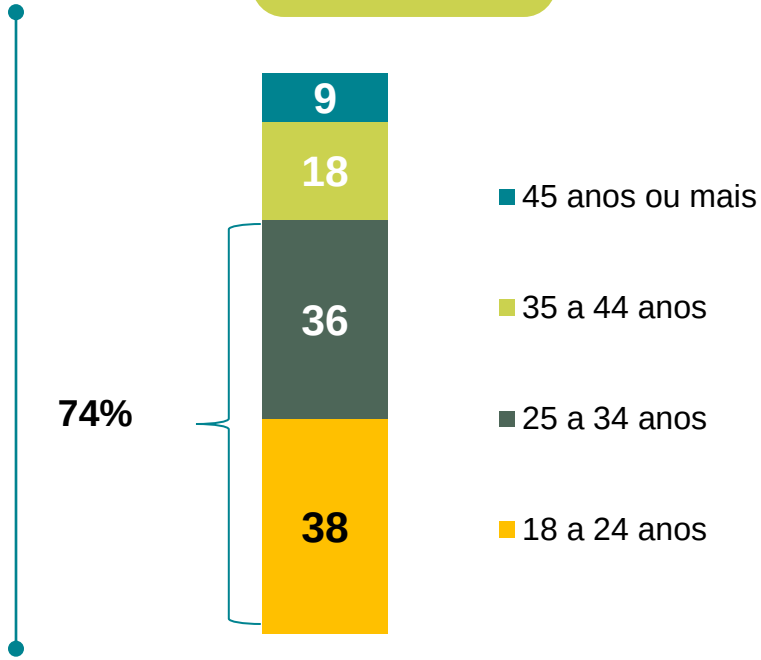
AGENTES DA CADEIA CULTURAL DA CUESTA PAULISTA

PERFIL DOS AGENTES CULTURAIS

52% DOS RESPONDENTES SÃO HOMENS E 74% TÊM 18 A 34 ANOS

% GÊNERO

% FAIXA ETÁRIA



Base: 232 casos | P1. Sexo / P2. Qual é a sua idade?

3/4 SE DECLARAM BRANCOS. CERCA DE METADE DOS RESPONDENTES SÃO CASADOS OU VIVEM COM COMPANHEIRO(A)

% COR

- Amarela
- Parda
- Preta
- Branca

Negros
25%

Não-negros
75%

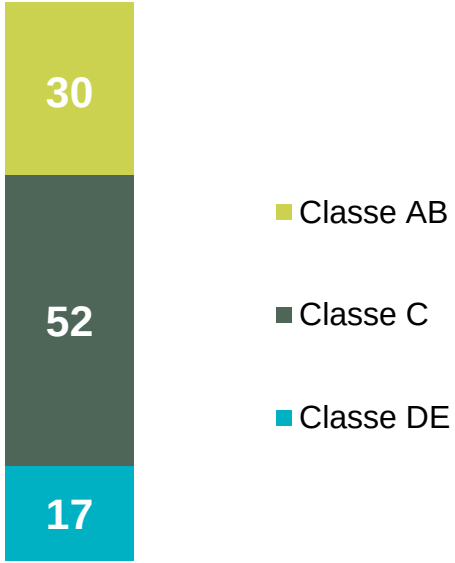
% ESTADO CIVIL

- Viúvo(a)
- Separado(a)/Divorciado(a)
- Casado(a)/Mora junto
- Solteiro(a)

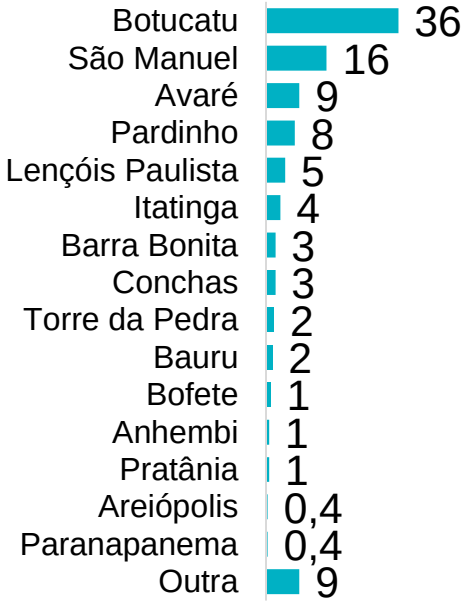
Base: 218 casos | F7. Qual é a sua cor? (RU) | F2. Qual é o seu estado civil? (RU)

52% PERTENCEM À CLASSE C E 30% ÀS CLASSES AB. CERCA DE 1/3 VIVE EM BOTUCATU

% CLASSE



% CIDADE ONDE MORA



Base: 218 / 232 casos | F6. De acordo com este cartão, somando a sua renda com as rendas de todas as pessoas que moram na sua casa, ou seja, somando salários, pensões, aposentadorias, bicos, etc., de todos os moradores, qual das seguintes faixas representa melhor a renda total da sua casa por mês?v(RU) | P4. Em qual cidade você mora? (RU)

CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA / RENDA FAMILIAR PER CAPITA

CLASSE ALTA

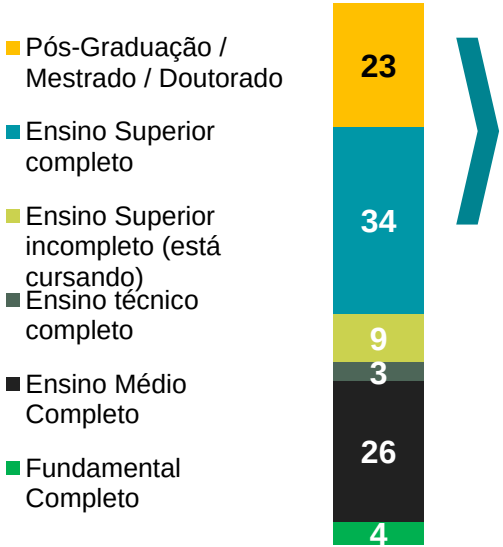
CLASSE MÉDIA

CLASSE BAIXA

CRITÉRIO DE RENDA FAMILIAR PER CAPITA		
CLASSES	VALOR PER CAPITA – MÊS	RENDA DOMICILIAR MÉDIA – MÊS
CLASSE A	Acima de R$ 3.755,77	R$20.643,77
CLASSE B	R$ 1.543,20 a R$ 3.755,76	R$7.202,57
CLASSE C1	R$ 970,75 a R$ 1.543,19	R$4.206,45
CLASSE C2	R$ 667,87 a R$ 970,74	R$2.971,37
CLASSE C3	R$ 440,71 a R$ 667,86	R$2.238,20
CLASSE D1	R$ 245,35 a R$ 440,70	R$1.585,52
CLASSE D2	R$ 122,68 a R$ 245,34	R$981,63
CLASSE E	Até R$ 122,67	R$262,02

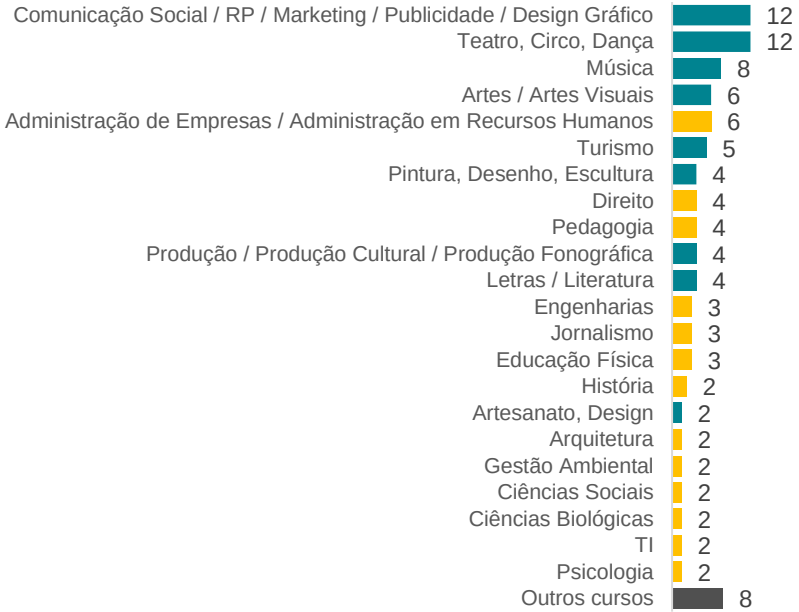
6 EM CADA 10 POSSUEM ENSINO SUPERIOR COMPLETO.
66% DELESSE GRADUOU EM CURSOS LIGADOS A ARTES E/OU CULTURA

% ESCOLARIDADE



% GRADUAÇÃO

(ENTRE QUEM POSSUI ENSINO SUPERIOR COMPLETO)



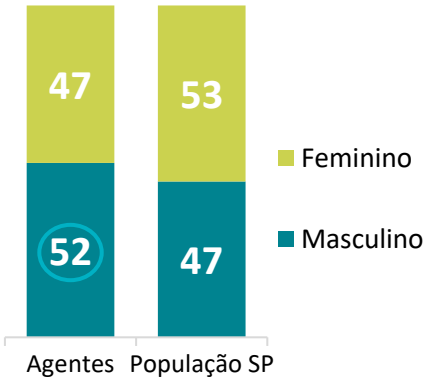
66%
Artes e cultura

34%
Outras áreas

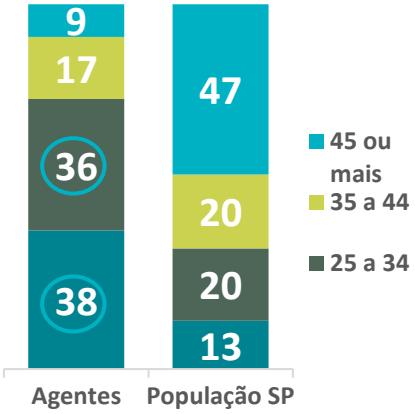
Base: 232 / 130 | P5. Qual é a sua escolaridade? (RU) / P5c. (SE TEM ENSINO SUPERIOR COMPLETO) Em qual curso de graduação você é graduado? (RU) – Caso possua mais de uma graduação, favor assinalar aquela que considera a principal.?/ P5a. (SE TEM ENSINO TÉCNICO COMPLETO) Qual é a sua formação técnica? (RU) – Caso possua mais de uma formação técnica, favor assinalar aquela que considera a principal.

COMPARANDO COM A POPULAÇÃO DO ESTADO, OS AGENTES CULTURAIS E ARTÍSTICOS DA CUESTA PAULISTA SÃO MAIS JOVENS E COM MENOR RENDA QUE A MÉDIA

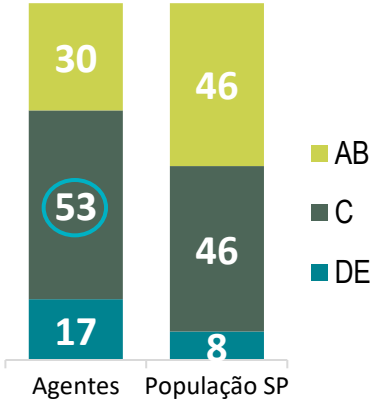
% GÊNERO



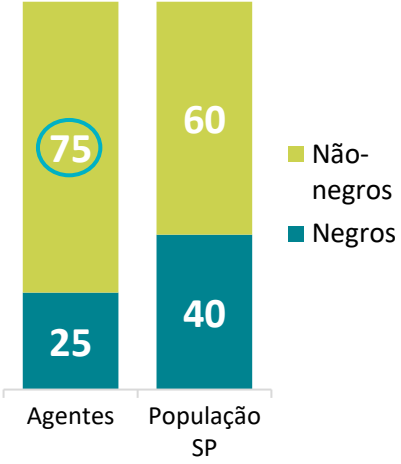
% FAIXA ETÁRIA



% CLASSE ECONÔMICA



% RAÇA / COR



Fonte: População do Estado de São Paulo, 18 anos ou mais. Locomotiva a partir da PNAD 2019.

INSERÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA

44% DOS RESPONDENTES ATUAM TANTO COMO ARTISTAS COMO AGENTES DA CADEIA PRODUTIVA

% ATUAÇÃO NA ÁREA ARTÍSTICA

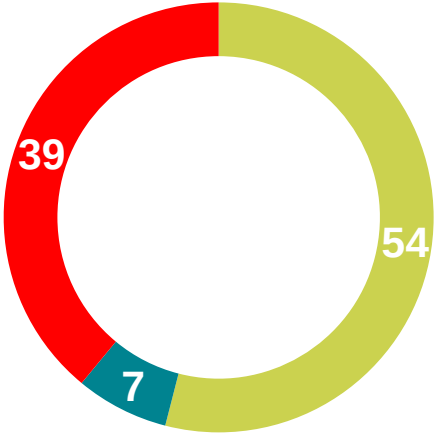
- Sou artista
- Sou agente da cadeia produtiva
- Sou artista e agente da cadeia produtiva

27% dos que iniciaram o questionário declararam não atuar na área artística e/ou cultural. Essas entrevistas foram encerradas e desconsideradas.

A0. Como se dá a sua atuação na área artística e/ou cultural? (RU)

6 EM CADA 10 RESPONDENTES DIZEM POSSUIR CNPJ PARA ATUAR NA ÁREA ARTÍSTICA/CULTURAL

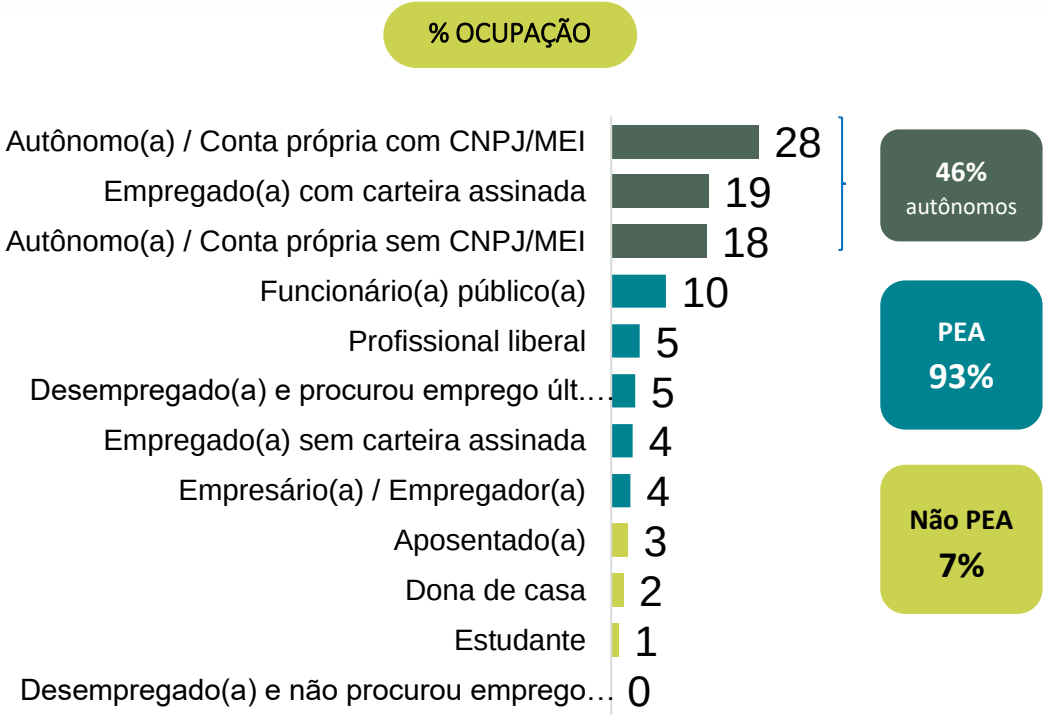
% POSSUI CNPJ PARA ATUAR NA ÁREA



- Sim, possuo MEI
- Sim, possuo outro tipo de CNPJ, mas não é MEI (ME, EPP, EI, etc.)
- Não

Base: 232 | B6. Você possui CNPJ para atuar no ramo artístico e/ou cultural?

46% SE DECLARAM AUTÔNOMOS OU CONTA PRÓPRIA – 28% ATUANDO COM CNPJ/MEI E 18% SEM



Ocupações associadas ao empreendedorismo se destacam entre os agentes da cadeia produtiva – 51% são autônomos ou profissionais liberais.

Base: 220 | F1. Qual é a sua principal situação de trabalho? (RU)

MAIOR PARTE DOS RESPONDENTES ATUA COM MÚSICA E PRODUÇÃO CULTURAL E DE EVENTOS

% ÁREA ARTÍSTICA/CULTURAL EM QUE ATUA

A1. Em qual área artística e/ou cultural você atua? (RM)

AULAS, PRODUÇÃO CULTURAL E DE EVENTOS E SHOWS SE DESTACAM COMO PRINCIPAIS FORMAS DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL COM ARTE/CULTURA

% ATUAÇÃO PROFISSIONAL

Base: 232

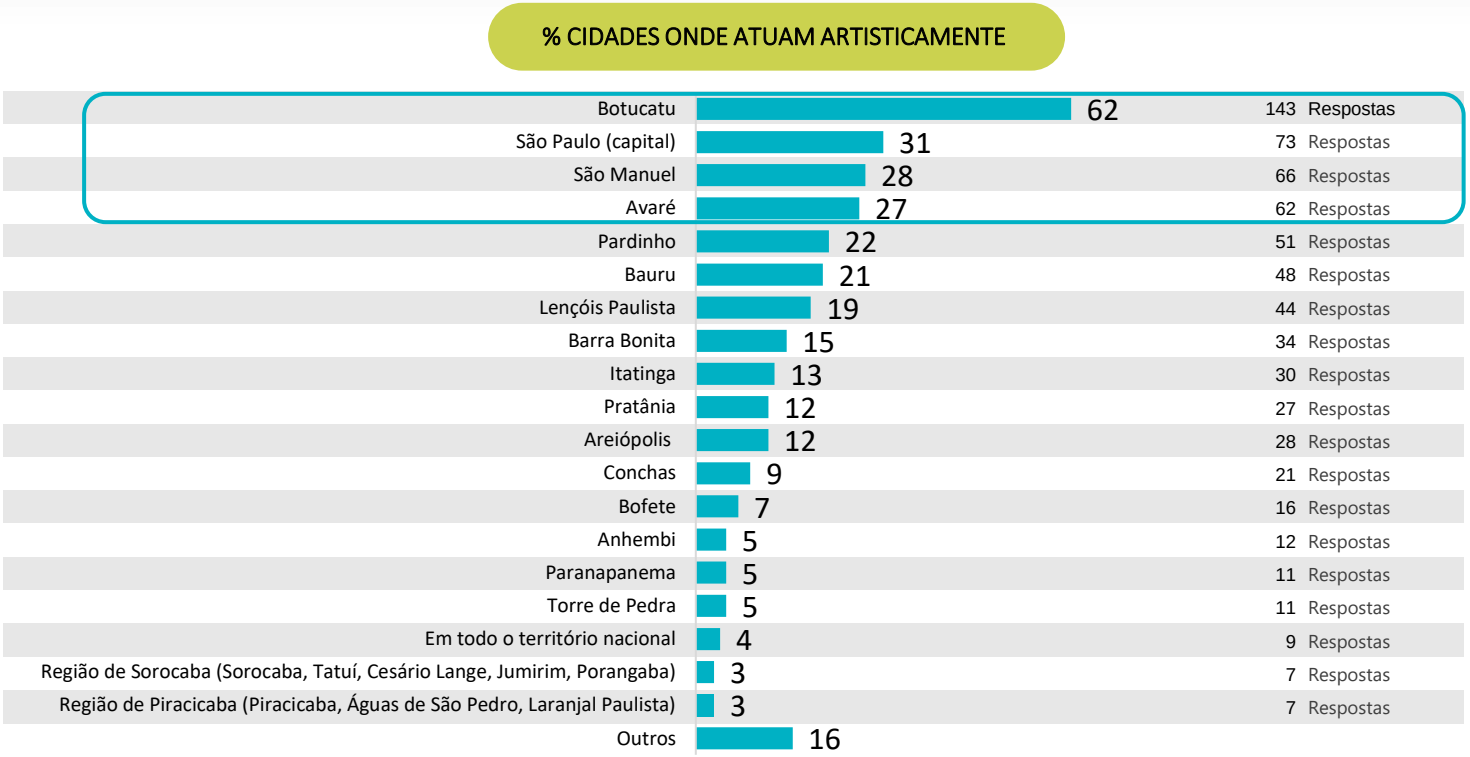
A2. Como você atua profissionalmente com arte e/ou cultura? (RM)

ONGS, CASAS DE ESPETÁCULOS E EDITAIS PÚBLICOS SÃO OS PRINCIPAIS ESPAÇOS / MEIOS DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

% ESPAÇOS/MEIOS DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

A3. E quais estabelecimentos, espaços e/ou meios você usa como intermédio para atuar profissionalmente com arte e/ou cultura? (RM)

BOTUCATU SE DESTACA COMO MUNICÍPIO EM QUE A MAIORIA ATUA. 31% TRABALHAM NA CAPITAL DO ESTADO



A4. Em geral, em quais cidades você atua artisticamente? (RM)

COMO ESSES AGENTES ENXERGAM A ATIVIDADE QUE DESENVOLVEM?

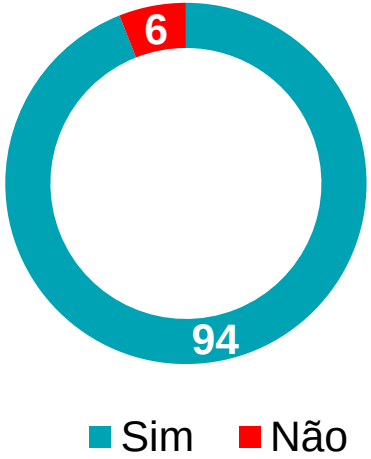
82% CONSIDERAM A ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL UMA PROFISSÃO. PARA 14% É UM HOBBY OU “BICO”

% PARA VOCÊ, A ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL É MAIS:

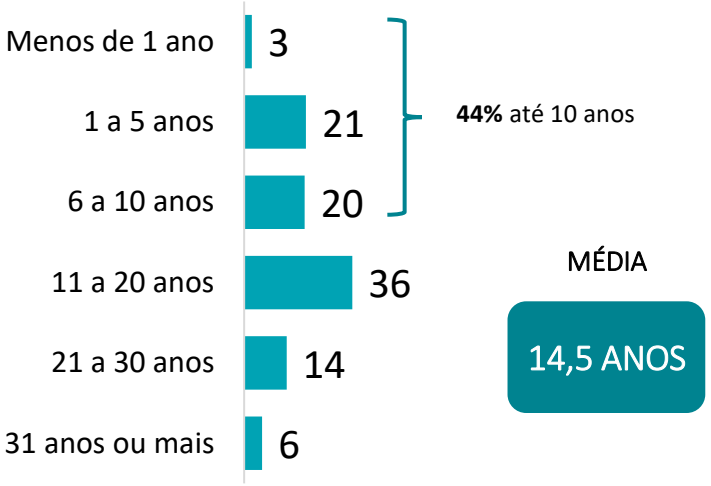
Base: 232 | B1. Para você, hoje, a atividade artística e/ou cultural é mais...? (RU)

QUASE TODOS SE RECONHECEM COMO UM EMPREENDEDOR CRIATIVO/CULTURAL. EM MÉDIA, ATUAM NA ÁREA HÁ 14,5 ANOS

% SE RECONHECE COMO EMPREENDEDOR CRIATIVO OU CULTURAL



% TEMPO DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL NA ÁREA



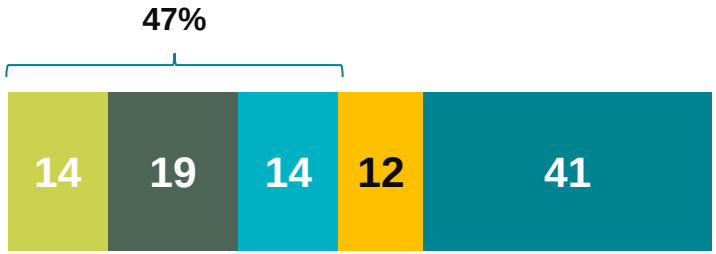
Base: 232

B1b. Você se reconhece como um empreendedor criativo ou cultural? | B2. Há quanto tempo você atua profissionalmente no setor artístico ou cultural?

Ainda que a atuação artística/cultural seja reconhecida como uma **atividade profissional**, os agentes da cadeia enfrentam **importantes dificuldades na obtenção de renda**.

HOJE, PARA 47% A MAIOR PARTE DA RENDA NÃO VEM DA ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL

% COMO DIRIA QUE A ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL CONTRIBUI PARA A RENDA HOJE

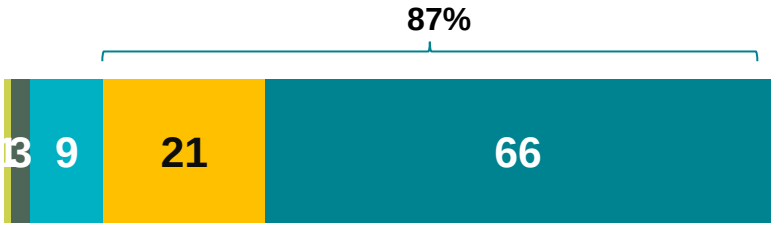


- Não tenho renda através de atividade artística/cultural
- Menos da metade da minha renda vem da atividade artística/cultural
- Metade da minha renda vem da atividade artística/cultural
- Mais da metade da minha renda vem da atividade artística/cultural, mas tenho outras fontes
- A atividade artística/cultural é minha única fonte de renda

Base: 232 | A6. Como você diria que a atividade artística e/ou cultural contribui para a sua renda hoje? (RU)

NO ENTANTO, 87% GOSTARIAM QUE MAIOR PARTE DA RENDA VIESSE DA ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL E 2/3 GOSTARIAM QUE A RENDA VIESSE EXCLUSIVAMENTE DESSA ATUAÇÃO

% COMO GOSTARIA QUE FOSSE A PARTICIPAÇÃO DA ATIVIDADE ARTÍSTICA/CULTURAL NA RENDA TOTAL



- Gostaria de não ter renda através de atividade artística/cultural
- Gostaria de que menos da metade da minha renda viesse da atividade artística/cultural
- Gostaria que metade da minha renda viesse da atividade artística/cultural

77% dos que não vivem sobretudo de arte gostariam de viver apenas dessa atuação

Base: 232 | A7. Se pudesse escolher, como você gostaria que fosse a participação da atividade artística e/ou cultural na sua renda total? (RU)

1 EM CADA 4 NÃO SE SENTE VALORIZADO COMO PROFISSIONAL DO RAMO E QUASE METADE NÃO SENTE VALORIZAÇÃO FINANCEIRA

% SE SENTE VALORIZADO COMO PROFISSIONAL DO RAMO ARTÍSTICO/CULTURAL

- Não
- Sim, parcialmente valorizado
- Sim, totalmente valorizado

% SE SENTE VALORIZADO FINANCEIRAMENTE COMO PROFISSIONAL DO RAMO ARTÍSTICO/CULTURAL

- Não
- Sim, parcialmente valorizado
- Sim, totalmente valorizado

Base: 232 | B3. De modo geral, você se sente valorizado como profissional do ramo artístico e/ou cultural? (RU) | B4. E você se sente valorizado financeiramente como profissional do ramo artístico e/ou cultural? (RU)

E QUAIS OPORTUNIDADES E DESAFIOS A ECONOMIA CRIATIVA LOCAL OFERECE A ESSES PROFISSIONAIS?

02

OPORTUNIDADES E DESAFIOS DA ECONOMIA CRIATIVA LOCAL

PARA 4 EM CADA 10, NÃO HÁ OPORTUNIDADES NA ÁREA ARTÍSTICA E CULTURAL ONDE MORAM. PARA 52%, HÁ POUCAS OPORTUNIDADES

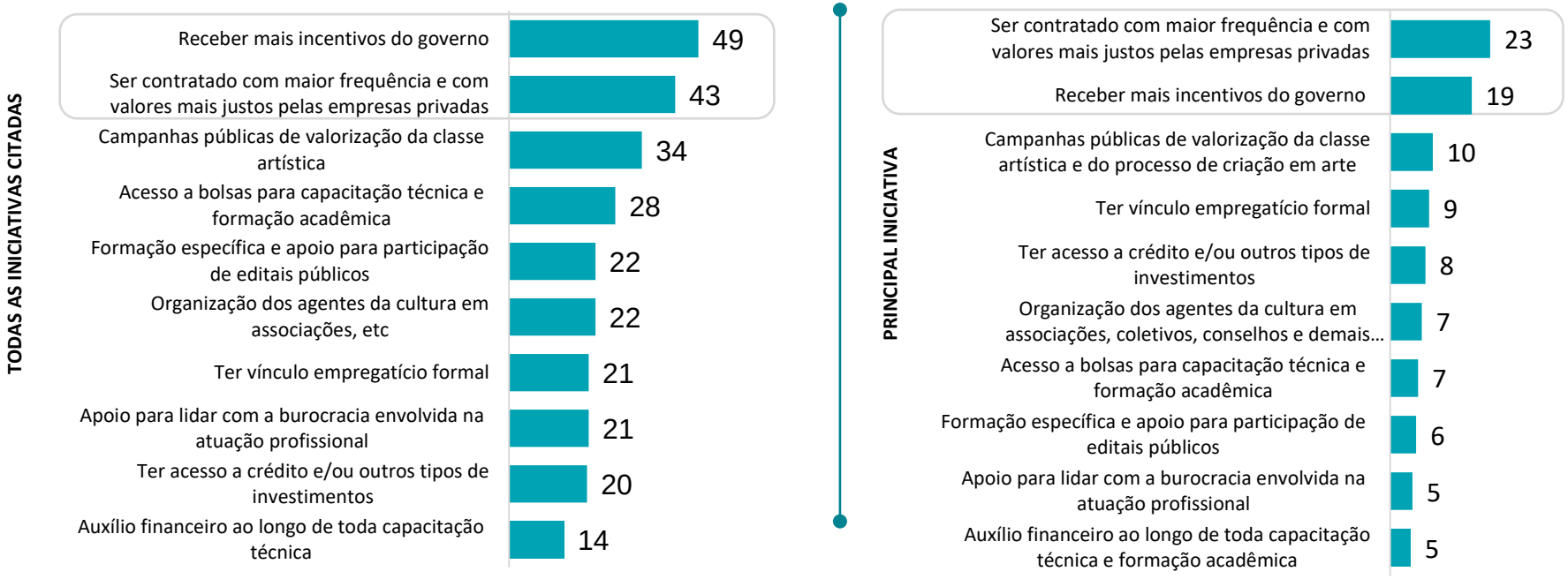
% O QUANTO SENTE QUE O LOCAL ONDE MORA TEM OPORTUNIDADES NO RAMO ARTÍSTICO/CULTURAL

- Não há oportunidades
- Há algumas oportunidades
- Há muitas oportunidades

Base: 232 | B8. De 0 a 10, onde 0 significa que não há oportunidades e 10 significa que existem muitas oportunidades, quanto você sente que o lugar onde você mora entrega oportunidades para quem trabalha no ramo artístico e/ou cultural? (RU)

AS INICIATIVAS VISTAS COMO MAIS IMPORTANTES PARA APOIAR O PROFISSIONAL DA ARTE E CULTURA SÃO A CONTRATAÇÃO MAIS FREQUENTE E COM VALORES MAIS JUSTOS PELA INICIATIVA PRIVADA E A MAIOR OFERTA DE INCENTIVOS GOVERNAMENTAIS

% INICIATIVAS MAIS IMPORTANTES PARA APOIAR OS PROFISSIONAIS DO RAMO ARTÍSTICO/CULTURAL



Base: 232 B5. Pensando nas iniciativas abaixo, quais você diria que são mais importantes para apoiar os profissionais do ramo artístico e/ou cultural?

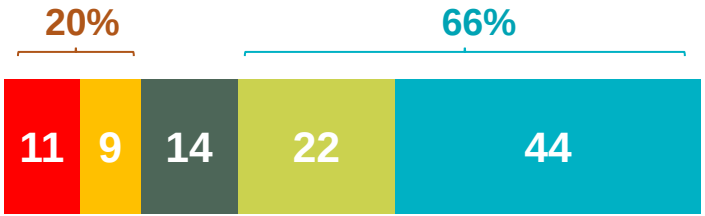
Como visto na etapa qualitativa, os **editais** representam um importante **incentivo das gestões públicas** para profissionais da área cultural.

Entretanto, eles esbarram em algumas dificuldades de ordem prática.

2/3 CONCORDAM QUE, SE OS EDITAIS FOSSEM MAIS SIMPLES E EXIGISSEM MENOS DOCUMENTAÇÃO, PARTICIPARIAM MAIS

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Se os editais fossem mais simples e pedissem menos documentos, eu participaria mais"



- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

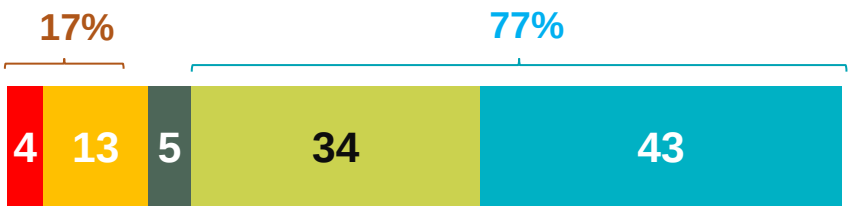
Base: 230 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discordacom as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

Além das barreiras burocráticas, o universo de editais é permeado pela percepção de que são mal divulgados e de são sempre os mesmos que conseguem ganhar.

PARA 8 EM CADA 10, OS EDITAIS TÊM DIVULGAÇÃO RESTRITA E DEMANDAM ESFORÇO PARA SEREM ENCONTRADOS

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Quem quer participar de editais tem que ficar 'caçando' oportunidades, pois eles não são bem divulgados"



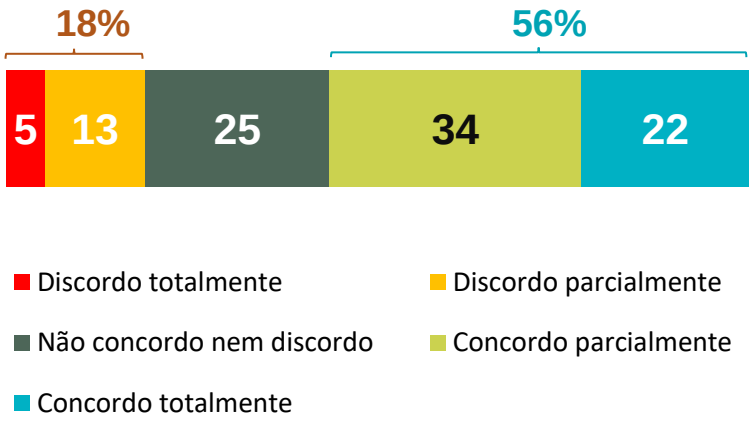
- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Base: 231 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

MAIORIA CONCORDA QUE SÃO SEMPRE AS MESMAS PESSOAS QUE GANHAM OS EDITAIS

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"São sempre as mesmas pessoas que ganham os editais"



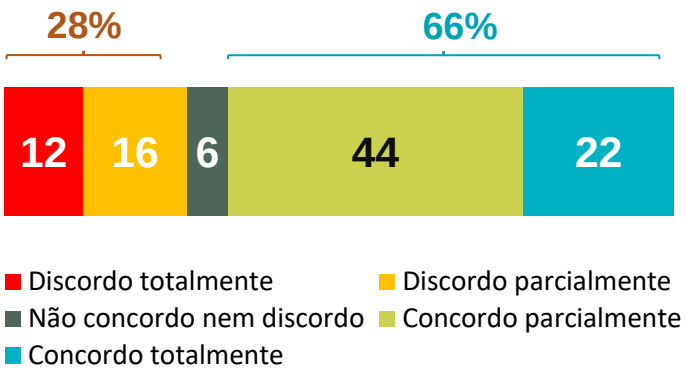
Base: 230 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

A pesquisa mostra que a **gestão da atividade artística e cultural** como negócio é um **desafio importante** para muitos desses profissionais.

2/3 CONCORDAM QUE QUE TÊM DIFICULDADES EM LIDAR COM A PARTE COMERCIAL DE SEU TRABALHO

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Tenho dificuldade em lidar com a parte comercial, como por exemplo, marketing e vendas, do meu trabalho "

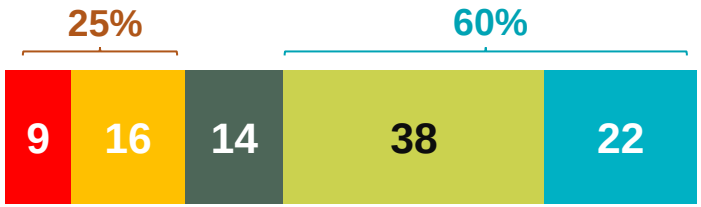


Base: 231 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

6 EM CADA 10 DIZEM TER DIFICULDADE EM LIDAR COM QUESTÕES BUROCRÁTICAS, COMO EMISSÃO DE NOTA FISCAL E PAGAMENTO DE IMPOSTOS

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Tenho dificuldade em lidar com questões burocráticas, como nota fiscal, impostos, etc."



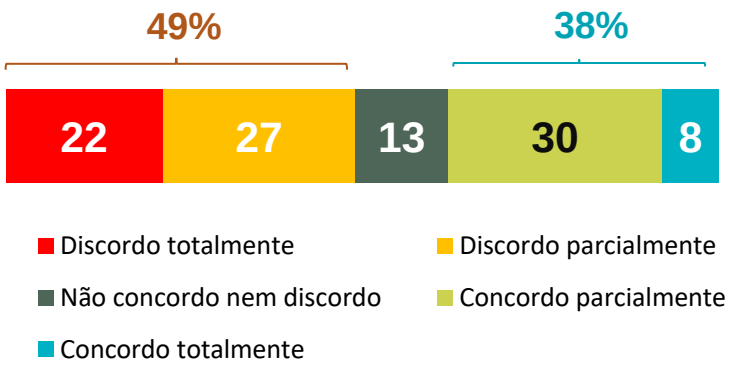
- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

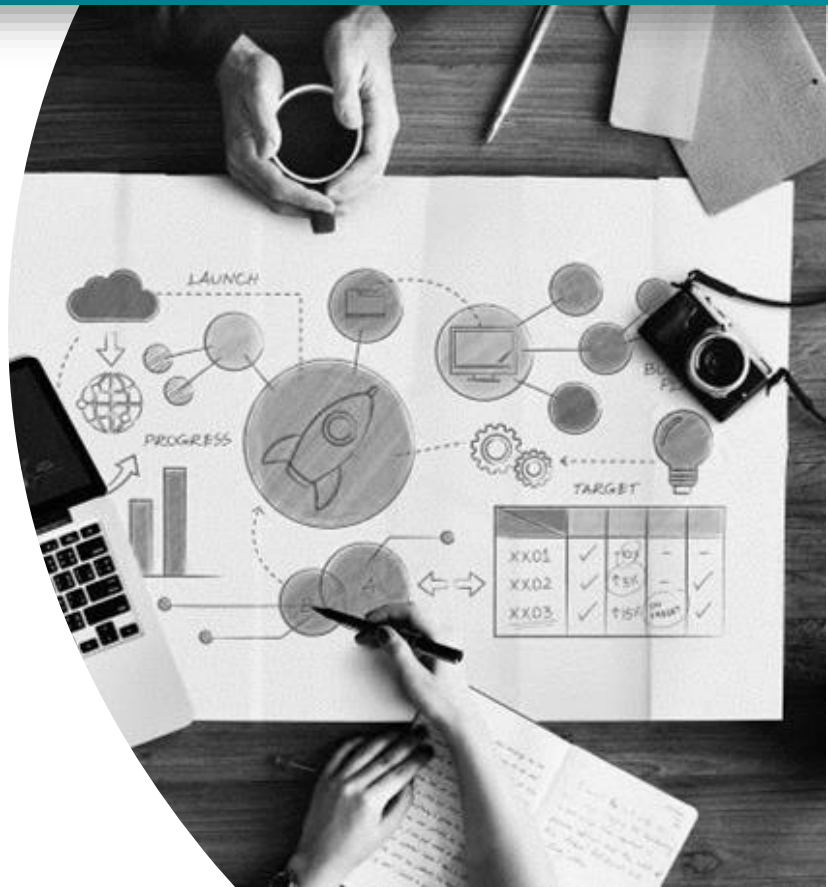
Base: 231 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

38% CONCORDAM QUE NÃO SE SENTEM PREPARADOS PARA FAZER A GESTÃO DE SUA CARREIRA OU NEGÓCIO

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Não me sinto preparado para fazer a gestão do meu negócio / carreira"





Base: 226 | B7. Pensando na administração da sua atuação profissional, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte?

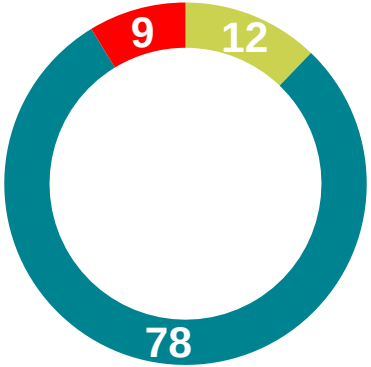
E COMO A CHEGADA DA PANDEMIA IMPACTOU A ATUAÇÃO DESSES AGENTES DA CADEIA CULTURAL?

03

IMPACTOS DA PANDEMIA

PARA 8 EM CADA 10, A PANDEMIA IMPACTOU NEGATIVAMENTE SUA ATUAÇÃO ARTÍSTICA/CULTURAL. DIMINUIÇÃO DE FESTAS/EVENTOS E FECHAMENTO DE CASAS DE ESPETÁCULO/BAR SÃO PRINCIPAIS CAUSAS

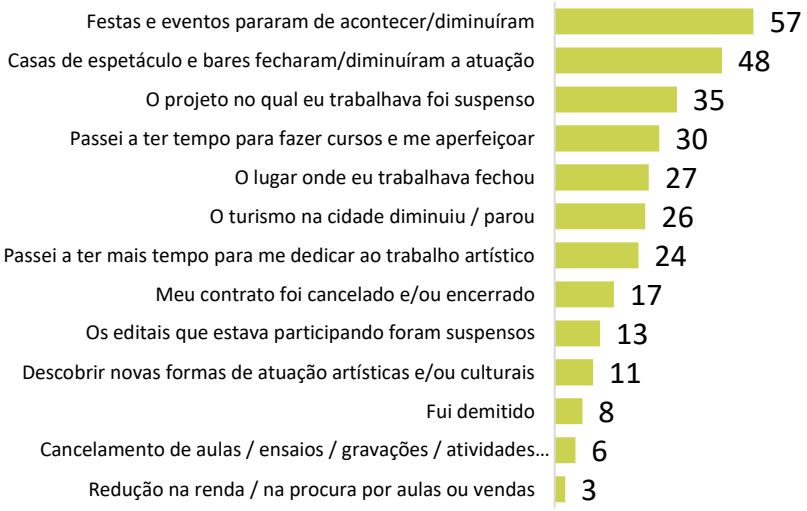
% ATUAÇÃO NO RAMO ARTÍSTICO/CULTURAL FOI IMPACTADA PELA COVID-19



- Sim, impactada de forma positiva
- Sim, impactada de forma negativa
- Não foi impactada

% TIPO DE IMPACTO NEGATIVO

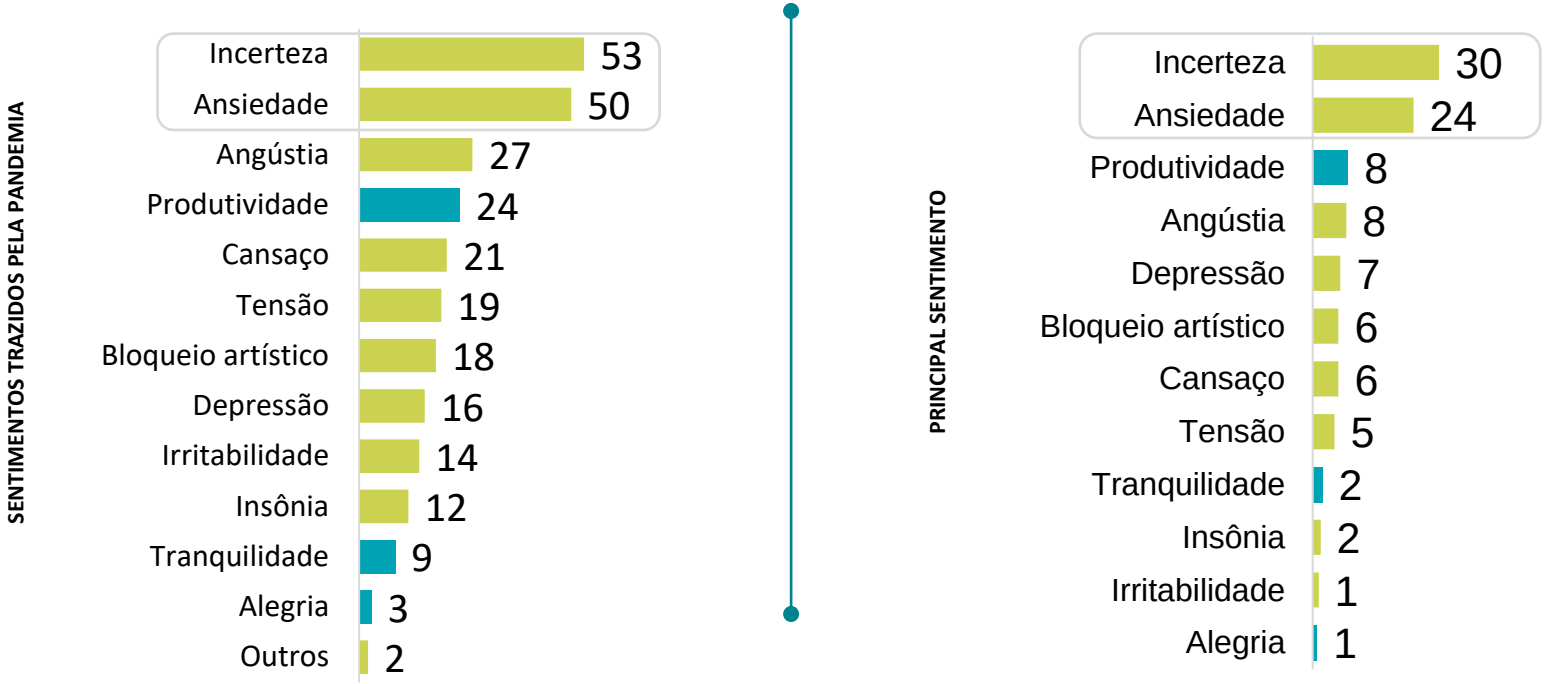
(ENTRE QUEM DECLAROU TER SOFRIDO IMPACTO NEGATIVO)



Base: 230 / 184 casos | C1. Sua atuação no ramo artístico e/ou cultural foi impactada pela COVID-19? (RU) C2. (SE SIM NA C1) Como a COVID-19 afetou sua atuação no ramo artístico e/ou cultural? (RM)

EMBORA PARA 1/4 A PANDEMIA TENHA TRAZIDO O SENTIMENTO DE PRODUTIVIDADE, PARA MAIORIA OS SENTIMENTOS FORAM NEGATIVOS

% SENTIMENTOS QUE TEVE NA PANDEMIA

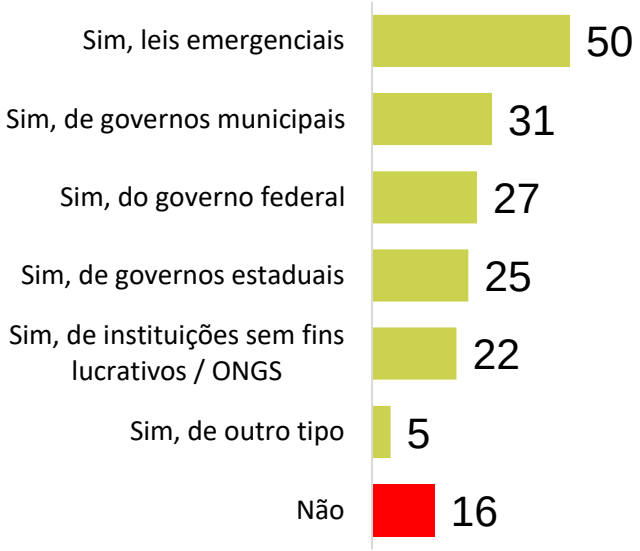


Base: 220 | C9. Quais sentimentos melhor descrevem o que você sentiu na pandemia? (RU POR LINHA)

COMO PERCEBEM AS AÇÕES PROMOVIDAS PELO PODER PÚBLICO E ORGANIZAÇÕES DO 3º SETOR PARA APOIAR OS AGENTES DA CADEIA PRODUTIVA NA PANDEMIA?

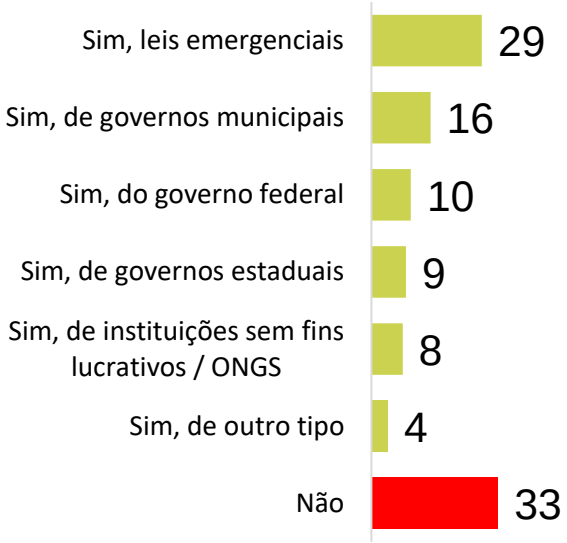
84% DOS ENTREVISTADOS FICARAM SABENDO DE ALGUMA INICIATIVA DE APOIO AOS ARTISTAS DURANTE A PANDEMIA. CONTUDO, 1/3 AFIRMA NÃO TER SE BENEFICIADO DE NENHUMA INICIATIVA

% DURANTE A PANDEMIA FICOU SABENDO DE ALGUMA INICIATIVA PARA APOIO AOS ARTISTAS / PROFISSIONAIS DE CULTURA



% SE BENEFICIOU DE ALGUMA DESSAS INICIATIVAS

(ENTRE QUEM SOUBE DE ALGUMA INICIATIVA DE APOIO AOS ARTISTAS/PROFISSIONAIS DE CULTURA)



Base: 228 / 191 casos | C3. Durante a pandemia de covid-19, você ficou sabendo de alguma iniciativa para apoio aos artistas ou aos demais profissionais da área cultural? (RM) | C4. Você se beneficiou de alguma dessas iniciativas para apoio aos artistas ou aos demais profissionais da área cultura durante a pandemia? (RU)

A MAIORIA DOS BENEFICIADOS PELAS INICIATIVAS DE APOIO A ARTISTAS CONSIDERA QUE AÇÕES NÃO FORAM TOTALMENTE SUFICIENTES PARA GARANTIR SEU SUSTENTO

% AVALIAÇÃO DAS INICIATIVAS

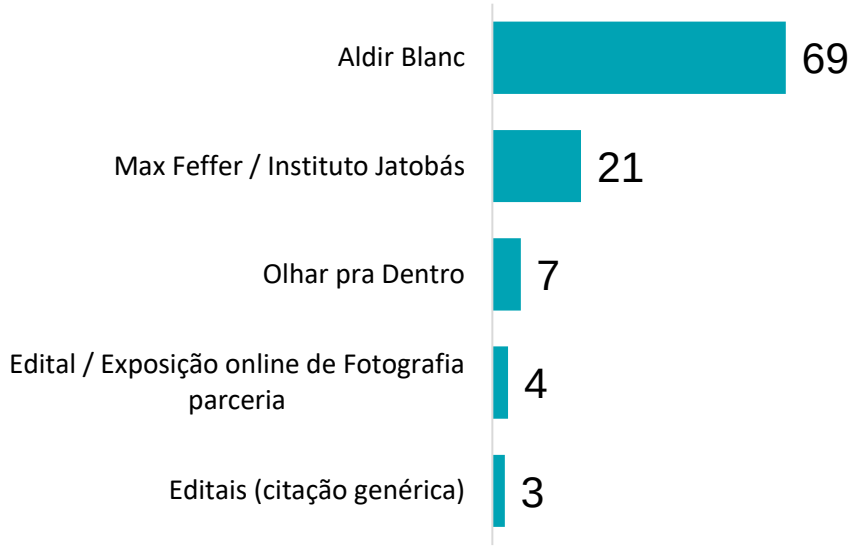
(ENTRE QUEM SE BENEFICIOU DE ALGUMA INICIATIVA DE APOIO AOS ARTISTAS / PROFISSIONAIS DE CULTURA)

- Insuficientes para garantir o seu sustento
- Parcialmente suficientes para garantir o seu sustento
- Totalmente suficientes para garantir o seu sustento

Base: 114 casos | C5. (EXCETO SE CÓD.1 NA C4) Você avalia que as iniciativas foram: (RU)

7 EM CADA 10 ARTISTAS CITARAM A LEI ALDIR BLANC COMO INICIATIVA POSITIVA RECENTE DE APOIO A ARTISTAS

% INICIATIVAS POSITIVAS RECENTES PARA O INCENTIVO AOS ARTISTAS DA ÁREA CULTURAL NA REGIÃO



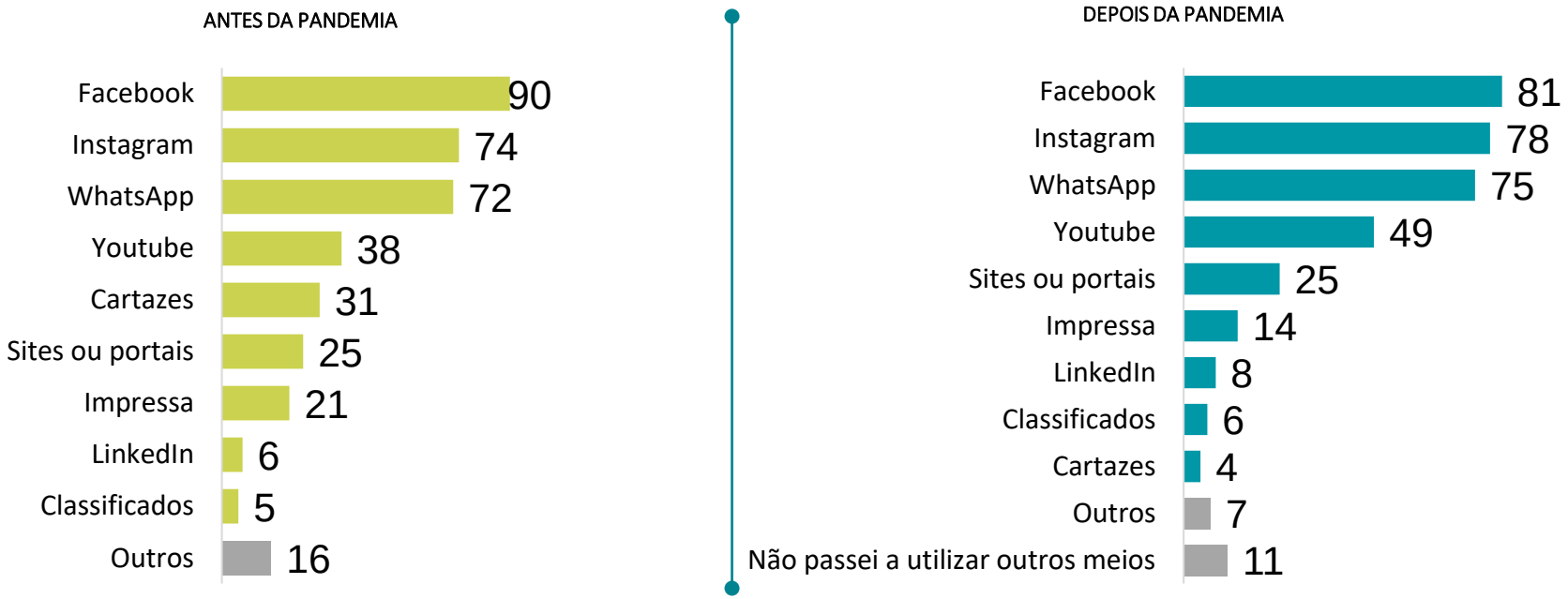
CITAÇÕES COM 1%	
Batalha da Matriz	Lives (citação genérica)
Teatro de Segunda	Mobiliza São Manuel
Botucanto	Movimento #EuCuidodaCultura
Feira da Lua	Decoração da cidade no natal
Feira Quintal Coletivo	Oficinas Culturais José Reis Filho
Grupo de ajuda com editais	Gravação de artistas no youtube
Horta Encanto	Sebrae
Realiza Cuesta	PROAC LAB
Barra Fest	Programa Vai
Cursos e oficinas oferecidos através de parcerias locais	Projeto Museu Vivo
Inauguração Pinacoteca	Projetos públicos (citação genérica)
Fórum das Artes	Revelando SP
Diversas Feiras Criativas	Lives de artistas locais
Lei Federal (citação genérica)	Ubuntu
Lei Rouanet	

Base: 232 | B9. Você se lembre de alguma iniciativa positiva recente para o incentivo aos artistas ou profissionais da área cultural na sua região?

QUAIS FORAM AS AÇÕES DESENVOLVIDAS PELOS AGENTES DA CADEIA PRODUTIVA PARA ATUAR NA PANDEMIA?

COM PANDEMIA, OS AGENTES DA CADEIA SEGUIRAM DIVULGANDO O TRABALHO EM CANAIS DIGITAIS, E REDUZIRAM A DIVULGAÇÃO IMPRESSA

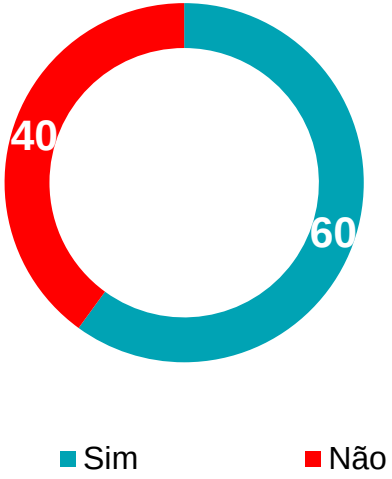
% MEIOS DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO



Base: 232 | A5a. Pensando no período antes da pandemia, quais meios costumava utilizar para divulgar o seu trabalho? (RM) | A5b. E após a pandemia, quais meios você passou a utilizar para divulgar seu trabalho? (RM)

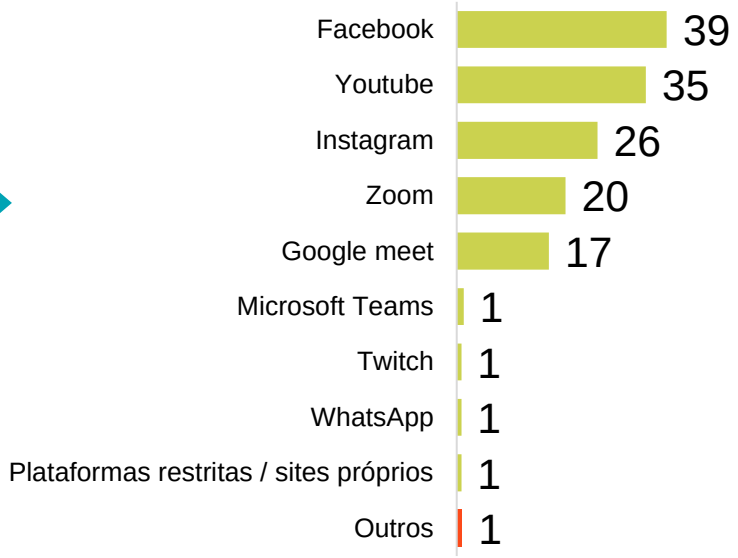
6 EM CADA 10 RELATAM AUMENTO NA REALIZAÇÃO DE EVENTOS ONLINE DURANTE A PANDEMIA. FACEBOOK E YOUTUBE FORAM AS PLATAFORMAS MAIS USADAS

% FEZ MAIS EVENTOS ONLINE DURANTE A PANDEMIA



% ATRAVÉS DE QUAIS PLATAFORMAS

(ENTRE QUEM FEZ EVENTOS ONLINE)

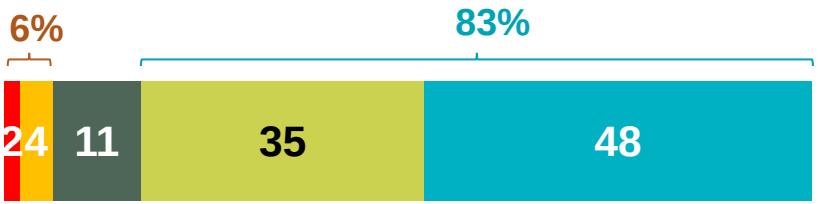


Base: 228 / 136 casos | C6. Durante a pandemia, você fez mais eventos online? (RU) C7. (SE SIM NA C6) Através de quais plataformas seus eventos foram transmitidos? (RM)

8 EM CADA 10 CONCORDAM QUE EVENTOS ONLINE SÃO UM IMPORTANTE MEIO DE DIVULGAÇÃO DE SEU TRABALHO ARTÍSTICO/CULTURAL

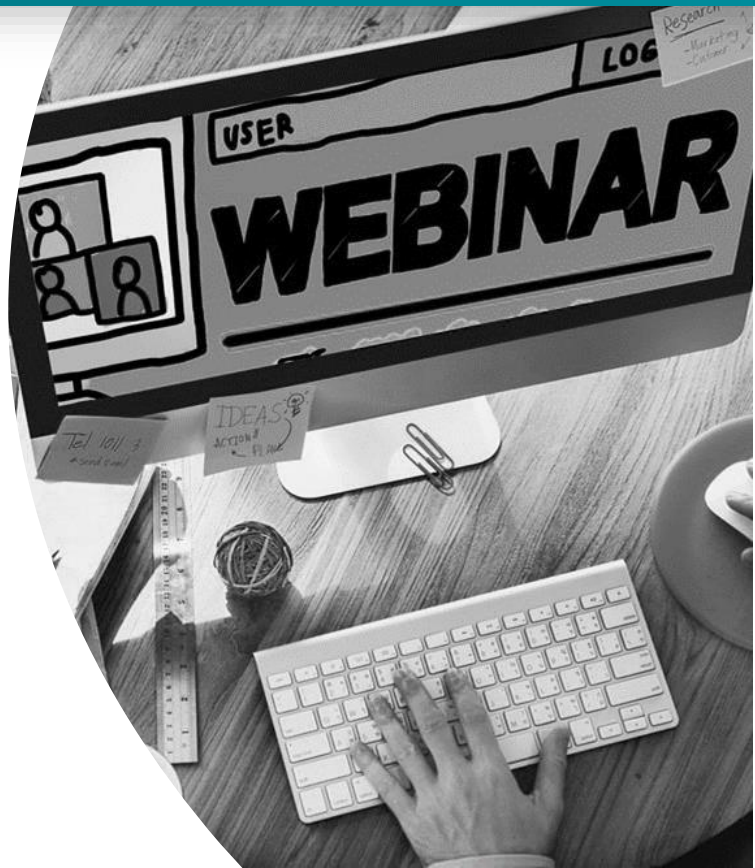
% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Fazer eventos online é um importante meio de publicidade para meu trabalho como artista e/ou na área da cultura"



- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

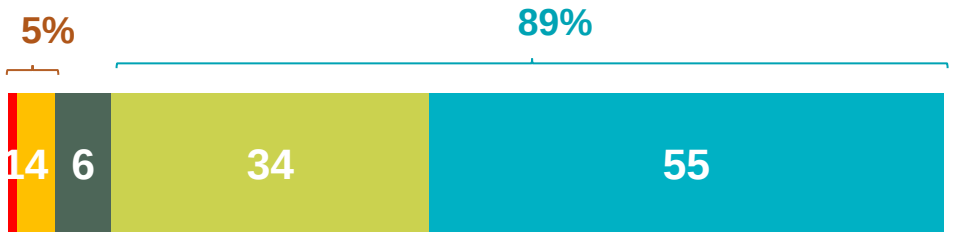
Base: 219 | C8. Pensando em eventos online, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte? (RU POR LINHA)



E 9 EM CADA 10 CONCORDAM QUE EVENTOS ONLINE AJUDAM A FAZER COM QUE SUA ARTE CHEGUE A MAIS LUGARES

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Eventos online me ajudam a fazer com que a arte chegue a lugares que não chegaria por outros meios"



- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

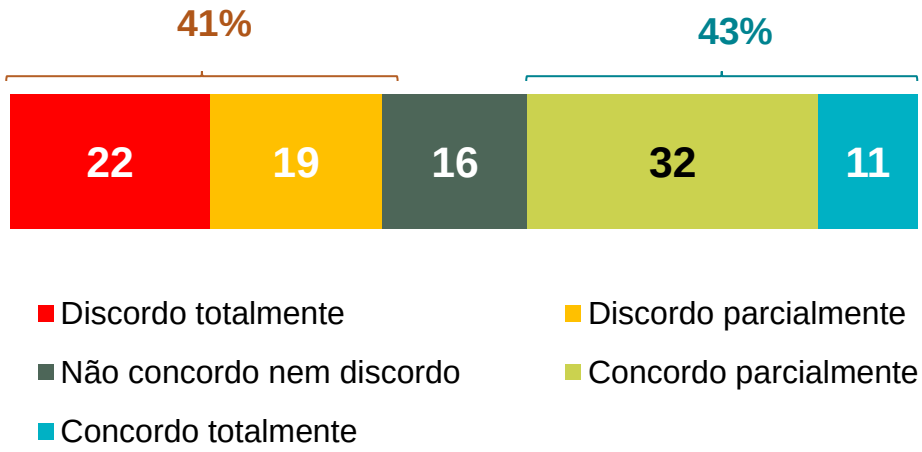
Base: 219

C8. Pensando em eventos online, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte? (RU POR LINHA)

ENTRETANTO, 4 EM CADA 10 RELATAM DIFICULDADE NO PROCESSO DE ADAPTAÇÃO À LINGUAGEM DAS REDES SOCIAIS

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Tive dificuldade em me adaptar à linguagem nas redes sociais"

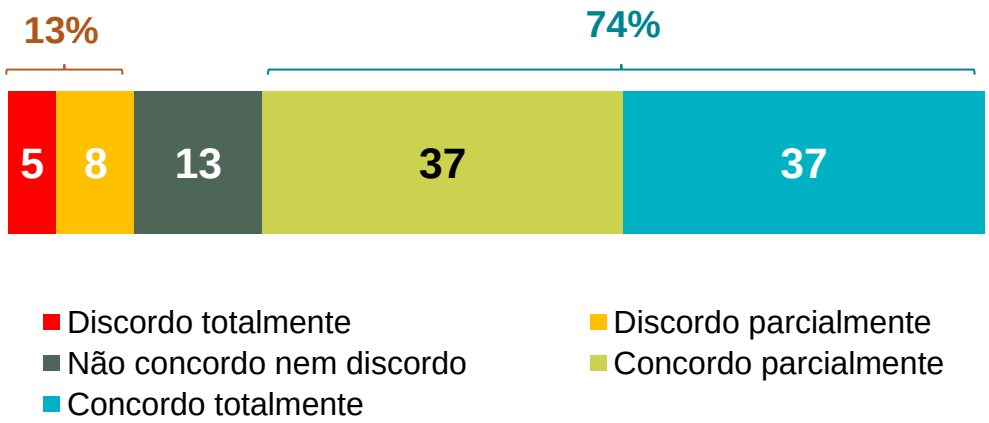


Base: 219 | C8. Pensando em eventos online, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte? (RU POR LINHA)

9 EM CADA 10 DIZEM TER DIFICULDADE PARA MONETIZAR A ATUAÇÃO ARTÍSTICA/CULTURAL ONLINE

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Tenho dificuldade em ganhar dinheiro com a produção artística e/ou cultural online"

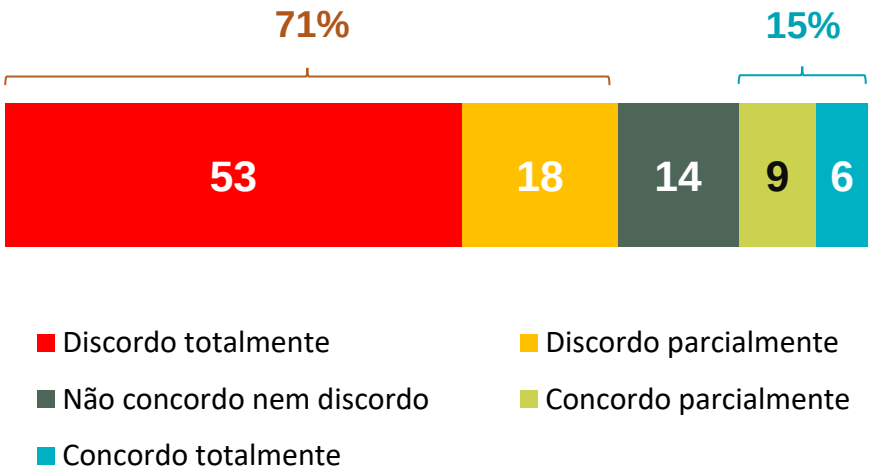


Base: 219 | C8. Pensando em eventos online, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte? (RU POR LINHA)

EMBORA MAIORIA DISCORDE, 15% ALEGAM PREFERIR PARAR A ATUAÇÃO ARTÍSTICA/CULTURAL A FAZER EVENTOS ONLINE

% GRAU DE CONCORDÂNCIA

"Prefiro parar minha atuação artística e/ou cultural do que fazer eventos online"



Base: 219 | C8. Pensando em eventos online, você diria que concorda ou discorda com as frases abaixo? Totalmente ou em parte? (RU POR LINHA)

04

CONSIDERAÇÕES FINAIS: BARREIRAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

A pesquisa mostra que 82% dos respondentes consideram a atividade artística / cultural como uma profissão e 94% se consideram um empreendedor/a criativo ou cultural.

Porém, para 47% a maioria parte da sua renda não vem da atividade artística ou cultural.

Nesse cenário, a maioria se sente pouco valorizada, tanto profissionalmente quanto economicamente.

As **principais oportunidades** de inserção na economia criativa se concentram no 3º setor e no setor público, **por meio de editais**.

No entanto, esses agentes **enfrentam importantes barreiras** para acessar as oportunidades advindas dos **editais**.

Barreiras que passam por 39% **não terem um CNPJ** para atuar na área, 77% considerarem que os **editais não** são suficientemente **bem divulgados** e 66% acreditarem que conseguiriam participar mais dos editais se eles fossem **menos complexos**.

A pesquisa também mostra que a **gestão comercial** da atividade artística e cultural é um **gargalo importante**. As dificuldades vão desde questões associadas ao **marketing e venda do trabalho à burocracia** com impostos e emissões de notas.

A **pandemia aprofundou** esse cenário de **dificuldades**. Ainda que a maioria revele ter utilizados os meios digitais para divulgar e manter seu trabalho nesse contexto, **89%** concordam que **têm dificuldades de monetizar a produção online**.

O **fortalecimento da economia criativa** da região passa pelo **estímulo e formação** desses artistas em **empreendedorismo**.

Formações sobre como **participar de editais**, como **formalizar a atividade** e **gerenciar a carreira** estão entre as principais necessidades desse público apontadas pela pesquisa.

Além disso, **ações governamentais e do 3º setor para fomento à arte e cultura** são vistas positivamente – muito embora **nem sempre a renda obtida por essas fontes seja suficiente para garantir o sustento desses agentes**.

MAPEAMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA CUESTA PAULISTA

REALIZAÇÃO: INSTITUTO JATOBÁS

CORREALIZAÇÃO: GIALLO marketing • cultura • atitude+ LOCOMOTIVA PESQUISA & ESTRATÉGIA