



Economia criativa, do discurso à realidade

o caso do Espaço Cultural Circo da Dona Bilica

Adalto Aires Parada¹
Eloise Helena Livramento Dellagnelo²
Fernanda Will³

-
- 1 Doutorando em administração pelo Curso de Pós-Graduação em Administração / Universidade Federal de Santa Catarina. Professor do Instituto Federal Catarinense. E-mail: adalto.parada@hotmail.com
 - 2 Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do Curso de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: eloiselivramento@gmail.com
 - 3 Graduada em administração, produtora cultural do Espaço Cultural Circo da Dona Bilica. E-mail: fe.fernandawill@gmail.com

RESUMO

A partir dos anos de 1990, se observa tanto na Austrália como no Reino Unido o surgimento de uma nova proposta para o desenvolvimento econômico dos países, baseada em atividades que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento, vislumbradas como potencialmente capazes de gerar riqueza e emprego. Essa nova perspectiva passou a ser reconhecida pela denominação de economia criativa. No Brasil, não diferentemente de outros países, a temática referente à economia criativa também despertou a atenção, porém é preciso não só entender o que está envolvido nessa nova construção simbólico-discursiva, mas também confrontá-la frente à realidade. Para tanto, o objetivo deste artigo é o de apresentar a experiência de uma organização cultural sob a perspectiva empreendedora da economia criativa, cujo discurso inefável de sucesso muitas vezes encobre as dificuldades existentes no campo cultural no Brasil.

Palavras-chave: *Economia criativa. Organizações culturais Enclaves sociais. Gestão e trabalho.*

ABSTRACT

A new proposal for economic development has been observed since the 1990's in Australia and the United Kingdom. These countries witnessed an emerging economy based on activities relying on creativity, skill and talent as assets with the potential to generate wealth and employment. This new approach is called creative economy and in many countries, including Brazil, it has gained attention. However, it is important to go beyond understanding the elements brought in this new symbolic and discursive construction, and confront the creative economy approach to reality. The purpose of this article is to present the experience of a cultural organization in the entrepreneurial perspective of the creative economy, considering that the discourse around creative economy often conceals the difficulties in the cultural field in Brazil.

Keywords: *Creative economy. Cultural organizations. Social enclaves. Management and work*

INTRODUÇÃO

A partir dos anos de 1990 se observa tanto na Austrália como no Reino Unido o surgimento de uma nova proposta para o desenvolvimento econômico dos países, baseada em atividades que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento, vislumbradas como potencialmente capazes de gerar riqueza e emprego. Essa nova perspectiva passou a ser reconhecida pela denominação de economia criativa ou indústrias criativas. A economia criativa pode ser vista como uma construção simbólico-discursiva, a qual surge em meio às transformações ocorridas durante o século XX, em especial naquela que foi definida por alguns teóricos como virada cultural. O que se verifica é que a mesma envolve tanto um conjunto de atividades e realizações artístico-culturais que fazem parte de uma série de bens e serviços culturais, como também trabalha com um conjunto discursivo capaz de envolver novas práticas e saberes, que são considerados proeminentemente criativos. Outro emprego utilizado diz respeito a uma construção conceitual que serve tanto para descrever antigas e novas práticas relacionadas a atividades e bens artístico-culturais como uma nova ordem discursiva para motivar políticas públicas, investimentos e ações que estabeleçam novos recursos de saberes, assim como novas dinâmicas de

fruição e negócios culturais e, conseqüentemente, novas realidades econômico-culturais. O que se verifica é a reapropriação da cultura pela economia, porém sob um viés em que o aspecto da criatividade é tomado como ponto central, ou seja, a criatividade passa a ser a característica ou ação desejada e valorizada, com a transformação de símbolos e significados, se não a própria cultura, em dinheiro. (ALVES, 2012; BENDASSOLLI, 2007)

A ascensão e o impulso maior da economia criativa parecem estar associados ao surgimento de programas de governo, principalmente inglês, que buscam desenvolver setores que possam contribuir para o desenvolvimento econômico dos países. Isso ocorre devido a diversos fatores, dentre os quais a ameaça da desindustrialização que acomete alguns países desenvolvidos e o conseqüente desemprego gerado a partir desse fenômeno. Outros motivadores seriam as possibilidades visualizadas a partir de uma sociedade da informação e do conhecimento, a qual envolve a geração de propriedade intelectual e os conseqüentes benefícios resultantes da detenção de direitos autorais e marcas registradas. Outros autores preferem associar o seu surgimento e o interesse pela temática a um avanço da perspectiva neoliberal de governo sobre a cultura, considerando que muito de seus pressupostos estão alinhados a essa abordagem, como a expectativa de que o mercado por si só seja capaz de mediar as relações econômicas, que o empreendedorismo é a solução para os problemas e que os contratos de trabalho devem ser firmados sem a interferência de uma legislação trabalhista mínima. (BENDASSOLLI, 2007; GARNHAM, 2005; GAY; PRYKE, 2002; GIBSON; KONG, 2005; HESMONDHALGH, 2008; HOWKINS, 2007)

No Brasil, a economia criativa também despertou a atenção e foi inclusive tema de destaque no governo federal, evidenciado em 2011 com o lançamento pelo Ministério da Cultura (MinC) do “Plano da Secretaria da Economia Criativa”. O plano simbolizava um movimento no sentido de redefinir e fortalecer o papel econômico da

cultura no país. Essa política perdurou até março de 2015, quando a Secretaria perdeu sua força e *status* dentro de uma nova reconfiguração estrutural do MinC, apesar da temática seguir sendo desenvolvida, de maneira independente, por alguns estados e municípios. A expectativa do MinC era de criar condições para fortalecer a cultura e suas manifestações e torná-las uma opção sustentável para o desenvolvimento socioeconômico do país. Como exemplos das possibilidades vislumbradas, podem ser citados o cinema, o teatro, a música, os livros e festas populares, entre outros, os quais, além dos aspectos relacionados aos direitos autorais, poderiam ainda auxiliar no desenvolvimento ou incremento do turismo e promover a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. (BRASIL, 2012) Portanto, o esperado com essa abordagem é que, primeiramente, houvesse um incremento do empreendedorismo envolvendo as organizações culturais. Em um segundo momento, que esses empreendimentos se tornassem vetores geradores de riqueza, proporcionando trabalho, renda e inclusão social, o que precede a necessidade de que eles sejam econômica e financeiramente viáveis e autossustentáveis.

Esses aspectos são visíveis ao se analisar o Plano Nacional de Cultura (PNC) e o Plano da Secretaria de Economia Criativa (PSEC). A estratégia 4 do PNC versa sobre a ampliação da participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável, que foi transposto para a Secretaria de Economia Criativa, dando origem aos seus objetivos (BRASIL, 2012):

- A. Capacitação e assistência ao trabalhador da cultura (trabalhador criativo);
- B. Estímulo ao desenvolvimento da economia da cultura (economia criativa);
- C. Turismo cultural; e
- D. Regulação econômica (marcos legais).

Apesar do otimismo acerca da economia criativa e suas possibilidades, é preciso considerar que ela envolve alguns tipos de organizações cujas realidades se distanciam daqueles pressupostos que nutrem o discurso empreendedor, amplamente difundido pela lógica dominante do *management*. (SALLES, 2014)

As organizações culturais transitam por diferentes setores, podem ser empresas privadas de grande capital com relações de compra e venda de mão de obra, voltadas a grandes públicos, ou médias e pequenas organizações que articulam relações mistas assalariadas e cooperativadas, ou ainda cooperativas puras, se não, caracterizadas como amadoras. (CARREIRA, 2002)

Algumas dessas organizações desenvolvem atividades cujas características não podem ser unicamente mediadas pelo enclave do mercado, pois elas envolvem aspectos substantivos, que escapam da lógica dominante baseada na eficiência econômica, de uma racionalidade instrumental ou funcional, cujos objetivos são os de otimizar resultados e garantir a máxima eficiência através do uso específico de técnicas e da reificação do mundo social. (FISCHER, 1984; SULLIVAN; SPICER; BÖHM, 2010)

A economia é um sistema organizacional altamente ordenado, constituído para a produção de bens e/ou prestação de serviços, cujo objetivo é a eficiência. Nesse modelo, a razão é empregada com base em uma perspectiva de cálculo utilitário de consequências, despojada de qualquer papel normativo possível de ser empregado na construção de uma vida humana associada. É utilizada como tentativa de dar racionalidade, finalidade ao mundo externo, a partir de um diálogo que envolve noções e sistemas de ideias que possuem certa coerência e lógica. (MORIN, 1986; RAMOS, 1981)

Considerando esses aspectos, o objetivo deste artigo é o de apresentar a experiência de uma organização cultural, confrontando a sua realidade frente à perspectiva empreendedora da economia criativa, cujo discurso inefável de sucesso muitas vezes encobre as dificuldades envoltas no campo cultural no Brasil. Para tal, o artigo

se apoia em três pontos para análise da organização: o enclave de atuação, o trabalho e a gestão.

Este artigo apresenta o caso do Espaço Cultural Circo da Dona Bilica, sediado em Florianópolis, Santa Catarina, o qual incorpora em seu contexto as características que são abordadas pelo discurso da economia criativa. O circo abriga atividades de criação, produção, circulação/distribuição e fruição/consumo de produtos, bens, serviços cuja dimensão simbólica é a determinante do seu valor, em uma iniciativa empreendedora (na perspectiva de dar princípio a algo) que busca a sua sustentabilidade financeira de maneira autônoma.

ORGANIZAÇÕES CULTURAIS

Ao se tratar de organizações da área da cultura, um primeiro aspecto que se apresenta é aquele que diz respeito ao que se está fazendo referência, ou seja, o que são organizações da área da cultura? O que as distingue de organizações formais?

Na tentativa dessa delimitação, uma das primeiras dificuldades está na própria definição de cultura, já que o seu emprego atualmente se dá com diferentes conotações, sendo utilizada hoje em dia em diversos sentidos, porém sem um significado central tangível ou, ainda que seja de comum acordo, o seu uso se dá como um guarda-chuva, abarcando os mais variados fenômenos. (KNOPP et al., 2010; LARAIA, 2001; THROSBY, 2003)

No caso do MinC, ele adota uma definição ampla, em uma perspectiva antropológica, que procura articular as diferentes dimensões da cultura. A simbólica, referenciada à imaginação, às expressões artísticas e práticas culturais; a cidadã, do direito assegurado na Carta Magna e nas declarações universais; e a econômica, capaz de gerar crescimento, emprego e renda. (SILVA, 2011)

A gestão de organizações culturais

O setor artístico envolve um amplo leque de diferentes tipos de práticas, pode ser um pintor, um músico solista ou ainda um membro

de uma companhia de teatro, todos dentro de diferentes áreas profissionais, com suas próprias histórias e necessidades específicas de consciência, profissionalismo, atenção pública, equipamentos de financiamentos, entre outros recursos. (BENDIXEN, 2010)

Devido a essa diversidade, a gestão das artes e cultura se revela como sendo um grande guarda-chuva, abrigando uma gama de atividades com uma grande variedade de lógicas e práticas, com evidências significativas que os padrões de organizações são muito variados. Muitos desses padrões decorrem do princípio baseado em “formas que seguem as funções”, sem a existência e o benefício de uma teoria articulada. A gestão e/ou a liderança no campo das atividades culturais acabam por serem normalmente praticadas de forma inconsciente, sem um exame minucioso por parte das pessoas que fazem parte da organização. (SUMMERTON; KAY; HUTCHINS, 2006)

A gestão de organizações culturais também não se resume à mera amálgama entre o mundo das artes e o mundo da gestão dos negócios. Ela envolve a confrontação de duas metodologias opostas, uma localizada no campo da criatividade humana, que produz alguma coisa nova que ainda não existia, e a outra imersa no mundo das práticas de negócios, cujo objetivo é maximizar sua eficiência. (BENDIXEN, 2010)

Portanto, a simples transferência de conceitos, métodos e ferramentas da gestão de negócios para as artes esbarra em problemas que são originários das diferenças cruciais que existem entre o gerenciamento de atividades, que envolvem a produção de *commodities*, e aquelas que se relacionam com a produção artística de mensagens simbólicas e estéticas. Nas companhias comerciais, o sucesso usualmente é declarado a partir dos resultados financeiros verbalizados em lucros, que subordinam as atividades de produção e de vendas. Já nas organizações artísticas, o sucesso geralmente está relacionado ao espiritual, ao imaginativo, ao emocional, à expressiva qualidade

de um objeto cuja aparência se harmoniza com a mensagem a ser comunicada para o público. (BENDIXEN, 2010)

Apesar disso, observa-se uma recorrente subsunção da cultura ao mundo dos negócios, adotando práticas transpostas desse, cujo objetivo se adequa a uma perspectiva de sociedade moderna, baseada em uma flexibilização de conteúdo cuja meta é adequar suas perspectivas a padrões de consumo, processo que induz as organizações a adotarem novas estruturas e processos de gestão capazes de aumentar sua capacidade competitiva. Essas mudanças conduzem as organizações culturais a alterações em seus pressupostos, como a racionalidade subjacente e as suas práticas e objetivos. (GAMEIRO; MENEZES; CARVALHO, 2003; GOULART; MENEZES; GONÇALVES, 2003; HOFFMANN; DELLAGNELO, 2007; NOGUEIRA, 2007; PIMENTEL et. al., 2007; SOUZA; CARRIERI, 2011)

Na medida do possível, as organizações artísticas buscam se distanciar dessa abordagem fria e desapaixonada, puramente objetiva e racional. O pensamento meramente racional é frequentemente muito estreito para abarcar a amplitude da inspiração e da imaginação, podendo a gestão destruir o clima mental de criatividade, a partir da insistência na razão da pura ordem e controle ou, ainda, de quando tenta obter o estrito comando. (BENDIXEN, 2010)

No entanto, conforme Carreira (2002), é necessário se criar condições que permitam a condução da atividade artística dentro de um contexto que possibilite a conquista de condições criativas perenes, que consolidem projetos idealizados por grupos e não o seu fracasso. Isso envolve a consciência de que alguns aspectos burocráticos devem ser adotados, não significando a expansão desse modelo a todas as atividades do grupo.

Esse tipo de equilíbrio, entre o artístico e o econômico, gera uma tensão que é natural e comum, porque provavelmente nenhuma atividade artística é realizada sob as condições de um paraíso financeiro, no qual o artista não precise dar atenção para a sua escassez.

Muitos grupos que decidem viver exclusivamente da renda obtida com trabalho teatral se deparam com essa realidade e com as adversidades de um mercado de trabalho restrito, obrigando-os a optar por modalidades espetaculares que desvirtuam de suas pretensões iniciais. (BENDIXEN, 2010; CARREIRA, 2002)

Trabalho nas organizações culturais

O campo das artes é caracterizado por “espetaculares” desigualdades, consequência da frequente atuação artística em múltiplos trabalhos, baseada unicamente em contratos, com um desemprego crônico. Isso resulta em estruturas de renda muito baixas e inconsistentes, além da incerteza decorrente da descontinuidade das atividades, que muitas vezes se resumem a curtas temporadas. Essa tendência de condições precárias de trabalho e vida, que parece ser uma norma no campo, impossibilita muitas vezes o planejamento de uma carreira. (LOACKER, 2013)

Isso, no entanto, é raramente avaliado pelos artistas, parecendo ser consenso no meio, a vida em condições precárias. Adicionalmente, existe a visão de que os artistas têm outra missão e deveres a cumprir, antes de sentirem vergonha de si e de seus modos de existência. Parece prevalecer um entendimento comum de que os baixos salários e o *status* de permanente insegurança é o preço a ser pago para ter “autonomia” individual e a oportunidade de “pensar, atuar e ser diferente (mente)”. Ou seja, os artistas, enquanto percebendo chances de autonomia, participação, alegria e autodeterminação dentro de seu ambiente direto de trabalho, aceitam a existência de um “lado negro” da profissão. Além disso, é comum no campo das artes, devido aos recursos escassos, à falta de segurança financeira a longo prazo e ao emprego de voluntários não remunerados. (LOACKER, 2013; SUMMERTON; KAY; HUTCHINS, 2006) Outra característica é que o trabalho artístico envolve atividades assentadas em aspectos imateriais, cujo valor está na inteligência, imaginação e nos saberes, reconhecido como capital humano, que dificulta a sua valoração. (GORZ, 2005)

A diversidade das atividades de trabalho denominadas cognitivas, sejam dos produtos por elas criados ou ainda dos saberes que elas implicam, dificulta a mensuração do valor da força de trabalho e de seus produtos. As escalas normalmente empregadas para a avaliação do trabalho se tornam um tecido de contradições. É impossível se pensar na padronização e standardização dos parâmetros das prestações demandadas, sendo vã as tentativas de se procurar quantificar a dimensão qualitativa, assim como de pressupor a possibilidade de se fazer uso de normas de rendimento precisamente calculadas. (GORZ, 2005)

Os saberes envolvidos nas atividades culturais transcendem a capacidade de mensuração. A riqueza cultural é resultante do quantitativo de saberes comuns envolvidos em sua tessitura e da sua capacidade de integrar e transformar conhecimentos novos em saberes. Até certo ponto, esses saberes podem ser traduzidos em conhecimentos, em procedimentos homologados, ou até mesmo em ciência, porém uma parte desses saberes escapa à formalização exercida na profissionalização de um serviço. Esses saberes somente são objetivados a partir dos atos daqueles que os demonstram, sendo que a produção desses atos envolve necessariamente uma parte de produção de si e de doação de si, visível nos ofícios artísticos. (GORZ, 2005)

Além disso, nas organizações culturais existe a presença da percepção da dádiva, a qual, quando oferecida através da arte ao espírito, pode revivificá-lo. Esse processo de doação transfere consigo a vitalidade do artista, a qual revive a alma daquele que a recebe, contrário à venda de uma *commodity*, que gera lucro. O artista, por sua vez, se nutre dessa doação, espiritual e materialmente. As dádivas não geram lucro, o que elas fazem é promover a abundância. Diferentemente das *commodities*, cuja valorização cessa com a geração de lucro, na dádiva a valorização se dá através de um processo contínuo de doação – recebimento – e retribuição. Essas transações envolvem traços profundos e isolados de “caráter

voluntário, por assim dizer, aparentemente livre e gratuito, e, no entanto obrigatório e interessado dessas prestações”. (HYDE, 2010; MAUSS, 2003, p. 188)

O labor nessa perspectiva é ditado pelo curso da vida e não pela sociedade, apesar de também possuir um teor de urgência, mas que, no entanto, segue o seu próprio ritmo interior e que possui mais ligações com os sentimentos do que com o trabalho. Os laços de relação afetiva criados pelo ato de doação na atividade artística é algo que extrapola a simples comercialização de uma *commodity*, a qual não deixa, necessariamente, conexão alguma. A *commodity* de maneira clássica tem a sua produção, venda ou compra avaliada sob a perspectiva da análise do custo-benefício, porém o envolvimento afetivo tende a excluir avaliações quantitativas, nesse caso, não sendo realizadas análises de custo-benefício. (HYDE, 2010)

Todos os artistas, de todas as culturas, já experimentaram e sentiram a tensão envolvida entre a doação e o mercado, da atitude desinteressada no que se refere à arte e à promoção daquilo que o mundo assegura. Isso pode ser traduzido em um conflito irreconciliável entre a troca de doações e a economia de mercado, tendo como consequência a exposição constante do artista à tensão entre a esfera da doação (dádiva, dom), a qual acredita que a sua obra pertença e a sociedade de mercado, a qual é o seu contexto. (HYDE, 2010)

Essa exposição ao confronto entre as lógicas e as práticas do trabalho artístico e o econômico faz com que os artistas busquem formas de superar tal dicotomia, já que a lógica do mercado tende a sobrepor-se a lógica artística, pondo em risco os recursos vitais para a produção criativa. Para tal, alguns assumem uma segunda ocupação, vivem relações profissionais paralelas, encontram alguém que os patrocine, colocam suas obras no mercado e fazem uso dos direitos autorais ou *royalties* para pagar as suas contas ou então assumem postos em organizações que permitem a máxima liberdade possível com a manutenção de regras e práticas mínimas de gestão. A opção por uma segunda fonte de renda possibilita a libertação da arte do peso da

responsabilidade financeira, permitindo que, durante a criação, esta ocorra em um “espaço protegido” e o balanço entre lógicas econômicas e artísticas minimize a interferência negativa sobre os recursos vitais da criatividade. (BENDASSOLI; BORGES-ANDRADE, 2011; CARREIRA, 2002; EIKHOF; HAUNSCHILD, 2007; HYDE, 2010)

O CIRCO DA DONA BILICA

O Circo da Dona Bilica é uma iniciativa da companhia Pé de Vento Teatro, inaugurado em agosto de 2013. É a materialização de um projeto amadurecido ao longo de 10 anos pelo casal Pepe Nuñez e Vanderleia Will, a qual interpreta a Dona Bilica, personagem caricata da “manezinha” (figura típica da cultura regional açoriana) que dá nome ao Circo.

A proposta do Circo é servir de palco permanente para as atrações da Cia. Pé de Vento e também para as mais diversas manifestações artísticas e culturais da cidade, recebendo convidados de outras partes do país e do mundo. A intenção é que tudo seja feito com autonomia, independência e liberdade.

Além de ser um centro de fomento e de intercâmbio entre artistas e produtores culturais, o Circo se propõe a formar novos talentos, desenvolvendo oficinas de palhaçaria, de teatro e acrobacias aéreas. A partir de 2015, passou a abrigar a primeira escola de palhaços do Sul do Brasil.

Com 1.404 m², a estrutura inclui teatro, restaurante, bar e lanchonete e uma pequena loja de *souvenirs*. Além disso, o Circo conta com 15 empresas amigas, que apoiam financeiramente ou com a concessão de descontos ou oferta de serviços.

O Circo atualmente possui cinco funcionários fixos, registrados, dois atuando na administração e três no restaurante. Somam-se a esses, garçons *freelancers*, três artistas residentes (autônomos), uma assessora de comunicação, uma estagiária de *design* gráfico,

uma bolsista de extensão, alunos da escola de palhaços, um colaborador fotográfico e outros colaboradores eventuais, que se revezam auxiliando nas atividades.

Desde a sua inauguração, já ocorreram mais de 459 espetáculos, entre *shows* musicais, peças teatrais e números circenses, cujo público superou os 20.000 espectadores. Desde 2013, o Circo abriga o Festival Internacional de Palhaços Ri-Catarina que, em 2015, teve a sua quinta edição.

O Circo possui alguns objetivos que norteiam suas ações, que podem ser resumidos em democratizar a cultura, formar público para a cultura em Florianópolis e tornar a cultura um produto de consumo.

Os enclaves de atuação do Circo da Dona Bilica

O Circo pode ser visto com um caso em que as pessoas são movidas pela busca pela autorrealização, em uma perspectiva que se afasta da centralidade do enclave econômico. Ou seja, é um espaço com traços alternativos no qual as pessoas procuram realizar escolhas pessoais, próximo a fenonomias e isonomias. (RAMOS, 1981)

A expectativa dos idealizadores é de que a partir da iniciativa do Circo, elas sejam capazes de manobrar o mundo organizacionalmente planejado, servindo aos objetivos deste mundo, porém com reservas e restrições mentais, de forma que seja sempre possível deixar algum espaço para a satisfação de seu projeto especial de vida, ou seja, que o circo seja um vetor para a “Boa Vida”. O intuito não é se adaptar a uma realidade fabricada, em que a organização se torna a referência primordial de sua existência pelo fato de dotá-los de um emprego, mas sim o de garantir a sua verdadeira individualidade, na mesma perspectiva defendida por Ramos (1981).

As atividades são principalmente promovidas como vocações, as pessoas ali associadas não veem suas atividades como empregos, sendo essa talvez a última visão que tenham das atividades que realizam, pois estão ali por pura vocação e autorrealização.

Dentro desse contexto, independente das prescrições impostas, as pessoas, ao realizarem suas atividades, o fazem com dedicação e paixão. A escolha por desenvolver essas atividades muitas vezes desconsidera a remuneração, apesar dessa ter a sua importância reconhecida e ser necessária, porém é o fazer artístico que as move. As atividades são amplamente autogratis, sendo, às vezes, apenas compensadoras em si mesmas.

A gestão do Espaço Cultural Circo da Dona Bilica

Não diferentemente de outras iniciativas semelhantes, a gestão do Circo da Dona Bilica centra seus esforços para alcançar a sustentabilidade econômica e financeira do espaço, de maneira que o mesmo se mantenha por si só.

A esse respeito, cabe ressaltar que um dos objetivos que fomentou a criação do Circo foi o de buscar alternativas que pudessem reduzir a dependência da Cia. Pé de Vento dos editais, os quais, de acordo com Pepe Nuñez, “os tornam mais produtores do que artistas. Os editais afastam os artistas das artes, pois a preocupação passa a serem as cláusulas e prazos dos editais”.

Dentro desse contexto, foi ocorrendo a diversificação das atividades desenvolvidas no Circo, de maneira a obter um resultado financeiro capaz de proporcionar a manutenção do Circo com a menor dependência possível dos editais. Essa decisão, contudo, trouxe consigo efeitos colaterais, pois a ampliação das atividades passou a exigir um empenho maior dos integrantes da equipe para atender às demandas do dia a dia, promovendo um acúmulo de funções e um afastamento das atividades de criação artística. Conforme citado anteriormente, o espaço abriga as atividades da Cia. Pé de Vento, o restaurante, a loja de *souvenirs*, a escola de palhaços, as oficinas de teatro e acrobacias aéreas e o teatro, com as suas atividades de final de semana ou diárias, de acordo com o período do ano e afluxo de turistas na região.

Cabe ressaltar que muito da gestão do Espaço segue aspectos intuitivos, decorrentes de um longo aprendizado obtido pelo grupo

ao longo de sua carreira, aprendizado este, que segue ocorrendo. Apesar desses constantes improvisos, existe uma clara intensão dos integrantes em tornar o Circo mais profissional na sua administração, na expectativa de que técnicas de gestão ajudem a solucionar as dificuldades de receita.

A despeito de todos os esforços, os resultados ainda não se mostraram promissores. A baixa procura do público, principalmente no inverno, tem prejudicado o desempenho financeiro do Circo. Várias hipóteses são levantadas na tentativa de entender o que está ocorrendo, como a localização do Circo que não está no centro da cidade, o que dificulta o acesso de pessoas vindas de outras regiões, o trânsito, a falta de hábito de consumo cultural ou, ainda, a concorrência exercida por outras atividades culturais.

O Circo é uma empresa que não goza de nenhum benefício ou incentivo municipal, estadual ou federal que possa auxiliar na sua manutenção e desenvolvimento.

Dessa forma, os editais e os prêmios ainda continuam sendo a principal fonte de receita do espaço.

O trabalho no Espaço Cultural Circo da Dona Bilica

No Circo, o que se observa é a predominância do trabalho imaterial, baseado na inteligência, na imaginação e nos saberes, o qual é reconhecido como capital humano. Em função da impossibilidade de ter todos como empregados do Circo, as relações de trabalho acabam se pautando por uma informalidade característica do meio artístico, em que os contratos se dão de maneira precária, de acordo com a necessidade, mediante o pagamento de cachês ou participação nas receitas. Somente um grupo mínimo de pessoas necessárias ao dia a dia da organização são registradas oficialmente como empregados do Circo.

Isso decorre da impossibilidade do espaço em arcar com todos os custos decorrentes de uma folha de pagamento fixa envolvendo todos os encargos sociais. O custo extrapolaria a receita mensal do Circo, além do fato de que muitas das atividades ocorrem de forma

pontual ou esporadicamente, então seria inviável a manutenção dos salários das pessoas sem uma constância.

Em função disso, muitos daqueles que atuam no Circo realizam múltiplos trabalhos para se manter, resultando em estruturas de renda baixas e inconstantes e incertezas decorrentes da descontinuidade das atividades, que às vezes se resumem a curtas temporadas, impossibilitando muitas vezes o planejamento de uma carreira, conforme observado por Loacker (2013).

No Circo também parece prevalecer a visão de que os artistas têm outra missão e deveres a cumprirem, aceitando a existência de mazelas na profissão em troca de autonomia, participação, alegria e autodeterminação dentro de seu ambiente direto de trabalho.

Nesse contexto, as pessoas transformam-se em empresários da força de trabalho, sendo responsáveis por aspectos como a sua própria formação, aperfeiçoamento, planos de saúde etc. Eles são uma “marca”, os nomes de seus personagens transcendem a própria pessoa, tornando-se a sua identidade. Dona Bilica e Pepe Nuñez, por exemplo, são nomes que fazem com que o trabalho seja pensado como uma expressão de si mesmo, da própria identidade, algo mais proeminente nesses setores profissionais do que nos tradicionais, nos quais o trabalho é executado em nome de uma organização ou empresa.

No Circo se percebe aspectos da dádiva, da doação, com a atividade artística definindo o seu próprio ritmo, sendo remunerada, porém de difícil mensuração e quantificação, cuja intencionalidade está, muitas vezes, restrita somente ao ato de estabelecer as bases do que precisa ser feito, tendo seu tempo próprio. As coisas são feitas, mas com a sensação de não se estar fazendo coisa alguma, de se estar realizando uma atividade de lazer ou até mesmo de se estar sonhando, conforme exposto por Hyde (2010).

CONCLUSÕES

A realidade observada quando se confronta o discurso da economia criativa frente à iniciativa do Circo da Dona Bilica é que existe uma distância a ser vencida no que se refere ao desenvolvimento e à implementação de políticas públicas que possam garantir, de maneira geral, que as atividades culturais sejam promotoras de desenvolvimento a partir da geração de trabalho e renda e que proporcionem inclusão social.

Inicialmente, há de se considerar, que organizações culturais como o Circo da Dona Bilica, possuem características que as afasta do enclave econômico, de tal forma que não se pode esperar que o mercado seja capaz por si só de dar conta de regular e promover o desenvolvimento dessas organizações, conforme Ramos (1981), ele é limitado. Ademais, regras de mercado tendem a subverter modelos alternativos de organizações.

Outro ponto é que a gestão dessas organizações em muitos casos não carece só de capacitação, mas sim de ações que facilitem o seu dia a dia, que reduzam seus custos através da concessão de benefícios relacionados a taxas e impostos e que as exigências burocráticas sejam flexibilizadas.

Além disso, a expectativa de geração de renda através do trabalho se frustra frente à realidade que permeia as atividades artísticas que, muitas vezes, envolvem a precariedade nos contratos de trabalho, parecendo condizente se pensar em ações que favoreçam a perenidade das atividades, melhorando assim as condições dos trabalhadores culturais.

Esses três aspectos estão diretamente relacionados entre si e muito desses problemas são agravados pela falta de hábito do brasileiro em consumir esse tipo de cultura.

Em pesquisa realizada pela Fecomércio/RJ (2014), a principal razão apontada pelos brasileiros para não frequentarem atividades culturais é o fato de não gostarem ou preferirem outras atividades,

sendo que 49% dos respondentes disseram não terem usufruído de nenhum programa cultural no ano de 2013.

Esse resultado se assemelha ao encontrado pelo SESC (2014) em pesquisa de opinião pública, abrangendo a população brasileira acima de 16 anos, a qual indicou que 51% não realiza nenhuma atividade cultural, sendo que na região Sul esse percentual foi de 56%, por falta de tempo ou oportunidade.

Outra pesquisa acerca do panorama setorial da cultura brasileira 2013-2014 também identificou baixos índices de envolvimento com atividades culturais, revelando que o consumo de atividades culturais ainda é realidade distante da maior parte dos brasileiros. Com relação à região Sul, os resultados indicaram que as atividades mais realizadas fora de casa são: ir ao cinema, com 38%; em segundo lugar ir ao parque, com 21%; e, em terceiro lugar, com 17%, frequentar restaurante. (JORDÃO; ALLUCCI, 2014)

Nesse sentido, para que se concretizem as expectativas acerca da economia criativa não basta esperar o mercado, na esperança de que esse, em uma visão ortodoxa, regule as relações e promova o bem comum. É preciso se pensar políticas públicas, não de governo, mas sim de Estado, para resguardar esses setores e promover uma sociedade multicêntrica.

Conforme postula Ramos, para tal se faz necessário a existência de um sistema de governo social que possua capacidade de efetuar a formulação e implementação de políticas distributivas, capazes de promover o tipo ótimo de transações entre os diferentes enclaves sociais.

REFERÊNCIAS

ALVES, E. P. M. A economia criativa do (no) Brasil. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 3., 2012. Salvador. *Anais...* Salvador: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012.

BENDASSOLLI, P. F. *Estudo exploratório sobre indústrias criativas no Brasil e no Estado de São Paulo*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2007.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Significado do trabalho em indústrias criativas. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 51, n. 2, p. 143-159, mar./abr. 2011.

BENDIXEN, P. *Managing art: an introduction into principles and conceptions*. Berlin: Lit Verlag, 2010.

BOTELHO, I. Dimensões da cultura e políticas públicas. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 73-83, Abr./Jun. 2001.

BRASIL. *Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*. Brasília: Ministério da Cultura do Brasil, 2012.

CARREIRA, A. L. A. N. *Práticas de produção teatral em Santa Catarina*. Florianópolis: UDESC, 2002.

DELLAGNELO, E. H. L.; MACHADO-DA-SILVA, C. Novas Formas Organizacionais: onde se encontram as evidências empíricas de ruptura com o modelo burocrático de organizações? *O&S: organizações & sociedade*, Salvador, v. 7, n. 19, set./dez. 2000.

EIKHOF, D. R.; HAUNSCHILD, A. For art's sake! Artistic and economic logics in creative production. *Journal of Organizational Behavior*, Malden, v. 28, p. 523-538, 2007.

FECOMÉRCIO RJ. Livro volta a ganhar espaço no lazer do brasileiro. *Fecomércio/RJ*, [2013]. Disponível em: <<http://www.fecomercio-rj.com.br/publique/media/Pesquisa%20de%20Cultura.pdf>>. Acesso em: 7 dez. 2015.

FISCHER, T. Administração pública como área de conhecimento e ensino: a trajetória brasileira. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, p. 278-288, 1984.

GAMEIRO, R.; MENEZES, M. F. D.; CARVALHO, C. A. Maracatu pernambucano: resistência e adaptação na era da cultura mundializada. In: CARVALHO, C. A.; VIEIRA, M. M. F.; (Org.). *Organizações, cultura e desenvolvimento local: a agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional*. Recife: EDUFEPE, 2003. Cap. 10, p. 191-203.

GARNHAM, N. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, London, v. 11, n. 1, p. 15-29, 2005.

- GAY, P. D.; PRYKE, M. Cultural economy: an introduction. In: GAY, P. D.; PRYKE, M. *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*. London: Sage, 2002. p. 1-19.
- GIBSON, C.; KONG, L. Cultural economy: a critical review. *Progress in Human Geography*, London, p. 541-561, 2005.
- GORZ, A. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.
- GOULART, S.; MENEZES, M. F. D.; GONÇALVES, J. C. Composição e características do campo organizacional dos museus e teatros da Região Metropolitana do Recife. In: CARVALHO, C. A.; VIEIRA, M. M. F. (Org.). *Organizações, cultura e desenvolvimento local: a agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional*. Recife: EDUFEPE, 2003. Cap. 6, p. 118-130.
- HESMONDHALGH, D. *The cultural industries*. 2nd. London: Sage, 2008.
- HOFFMANN, S. R. B.; DELLAGNELO, E. H. L. Transformações nos objetivos de organizações culturais sem fins lucrativos. *Cadernos EBAPÉ.BR*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, mar. 2007.
- HOWKINS, J. *The creative economy*. New York: Penguin Books, 2007.
- HYDE, L. *A dádiva: com o espírito criador tranforma o mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R. *Panorama setorial da cultura brasileira 2013-2014*. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.
- KNOPP, G. D. C. et al. Cultura e desenvolvimento. In: VIEIRA, M. M. F.; SILVA, R. C. D.; RODRIGUES, M. S. (Org.). *Cultura, mercado e desenvolvimento*. Porto Alegre: Dacasa Editora, 2010. p. 41-63.
- LARAIA, R. D. B. *Cultura um conceito antropológico*. 14. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- LOACKER, B. Becoming 'culturpreneur': How the 'neoliberal regime of truth' affects and redefines artistic subject positions. *Culture and Organization*, Abingdon-UK, v. 19, n. 2, p. 124-145, 2013.
- MAUSS, M. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- MORIN, E. Complexité et organisation. In: AUDET, M.; MALOUIN, J. L. *La production des connaissances scientifiques de l'administration*. Quebec: Les Presses de l'Université Laval, 1986.

- NOGUEIRA, A. C. Pontos de Cultura, particularidades na gestão? Um estudo na primeira capital brasileira da cultura. 2007. 148 f. Dissertação (Mestrado Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.
- PIMENTEL, T. D. et al. Mudanças simbólicas: análise discursiva das transformações identitárias e espaciais em uma feira. *Cadernos EBAPE. BR*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, mar. 2007.
- RAMOS, A. G. *A nova ciência das organizações: uma reconceitualização da riqueza das nações*. 1. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1981.
- SALLES, H. K. D. Conhece-te a ti mesmo: o discurso da avaliação em organizações sem fins lucrativos. 2014. 275 f. Tese. (Doutorado em Administração) – Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- SESC. Públicos de Cultura. Sesc, Rio de Janeiro, 2014.
Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura>>.
Acesso em: 07 Dezembro 2015.
- SILVA, L. S. E. Indicadores para políticas culturais de proximidade: o caso prêmio cultura viva. In: BARBOSA, F.; CALABRE, L. (Org.). *Pontos de Cultura: olhares sobre o programa cultura viva*. Brasília: IPEA, 2011. p. 89-110.
- SOUZA, M. M. P. D.; CARRIERI, A. D. P. Racionalidades no fazer artístico: estudando a perspectiva de um grupo de teatro. *RAE*, São Paulo, v. 51, n. 4, p. 382-395, jul./ago. 2011.
- SULLIVAN, S.; SPICER, A.; BÖHM, S. Becoming global (un)civil society: counter-hegemonic struggle and the Indymedia network. *Non-Governmental Public Action Programme*, London, jan. 2010.
- SUMMERTON, J.; KAY, S.; HUTCHINS, M. Navigating rough waters: what kind of professional development do we need for managing and leading arts and cultural activity in England? In: FOURTH INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURAL POLICY RESEARCH, 2006. Viena. *Proceedings...* Viena: University of Music and Performing Arts, 2006.
- THROSBY, D. *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.