



Consumo de cultura na pandemia

um retrato de março a agosto de

2020

Flávia Lages de Castro¹

Maria Luiza Carvalho²

-
- 1 Universidade Federal Fluminense. flavialages@id.uff.br.
 - 2 Mestranda no Programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense. ml_carvalho@id.uff.br.

RESUMO

O presente artigo tem como escopo a análise de pesquisa quantitativa aplicada entre os meses de julho e agosto de 2020 no contexto da pandemia da Covid 19 e da necessidade de isolamento, e os reflexos destes fatos no consumo de cultura. Para embasar melhor esta análise lançou-se mão de autores bem como de dados de municípios. Especificamente os da cidade de Niterói por ter-se maior proximidade e acesso a estes.

Keywords: Cultura. Consumo em cultura. Consumo cultural. Cultura de quarentena.

ABSTRACT

This article seeks to analyze the effects of the crisis resulting from the Covid-19 pandemic on cultural agents – bands; private party organizers, cultural workers, and service providers – who participate in the June festivities in Bahia. The analysis is based on the study: “Impacts of Covid-19 in the June festivities of Bahia”, from the Bahia Creative Economy Observatory (OBEC-BA). This is an exploratory investigation that interviewed 213 individuals between 7/10/20 and 10/18/20.

Keywords: Covid-19. June celebrations. Bahia. Creative economy.

INTRODUÇÃO

É sabido que a pandemia do novo Coronavírus (Covid-19) afetou sobremaneira a cultura, seus fazeres, seus atores e seus consumidores. A necessidade de isolamento para evitar o contágio e difusão do vírus tornaram atividades culturais que em grande parte promovem a agregação de pessoas, notadamente em espetáculos ao vivo, proibitivas para o *status quo* de pandemia.

[...] nesse contexto que com a chegada da pandemia – em meio à proibição das aglomerações, com a imposição do isolamento social –, a música, o teatro, a literatura, a arte em geral, foram saudadas como canais de escape fundamentais da solidão, como alimento da alma, como alento e esperança de tempos e vidas sãs. Seja através de suportes já consagrados, como os livros impressos, os CD de música, seja através da internet em um volume muito maior, ou ainda nas janelas e varandas das casas, por todo mundo, temos assistido à ampliação do consumo de

produtos culturais, da valorização da cultura e do uso do tempo diário com atividades de arte e cultura. (CALABRE, 2020, p. 11)

A pandemia é então, um fenômeno que afetou de forma contundente um especto imenso das vidas das pessoas, alcançando à primeira vista a economia, gerando uma crise social que não poderia deixar de ser sentida pela cultura.

Tais mudanças (geradas pela pandemia), que afetam economias e impactam países fazem do contexto uma crise social de cunho biológico. O vírus que se mostra como um fenômeno social, em si mesmo é um fenômeno transdisciplinar, cujo impacto transcende áreas do conhecimento [...]. Tais impactos afetam, por exemplo, o comportamento de cadeias produtivas da economia da cultura que buscam se reinventar, considerando que muitos de seus bens de consumo são serviços que dependem da aglomeração de pessoas. (COLVARA; MELLO; SOUZA, 2020, p. 18)

Enquanto participantes compulsórios deste estado de coisas, percebemos algumas formas encontradas por artistas e fruidores de cultura para realizar encontros. Popularizou-se o termo em inglês “*live*” para tratar de apresentações ao vivo, principalmente de músicos de alguma forma associados à indústria cultural, feitas para as pessoas que buscavam maneiras de passar o tempo que não envolvessem sair de casa.

De um lado artistas com sérios problemas financeiros por não poderem exercer seu ofício, de outro uma quantidade grande de pessoas com tempo para a fruição de bens e fazeres culturais, desde que se respeitasse o isolamento, desde que de quarentena. O encontro dessas necessidades e das possibilidades apresentadas pelo momento *sui generis* é o objeto de indagação deste artigo.

Até que ponto os meios para fruição de bens culturais disponíveis como possibilidade nas casas foram utilizados? De que forma e o que foi consumido na cultura durante o período mais acentuado da quarentena? O que os fruidores pensam sobre os profissionais que estavam, naquele momento, sofrendo de forma direta os efeitos da pandemia? A quem estes cidadãos imputam a responsabilidade de cuidar ou não dos trabalhadores da cultura que estavam impedidos de exercer seus ofícios?

Com base nestas perguntas, esta pesquisa foi realizada buscando compreender as relações entre a produção e o consumo de cultura nos meses de isolamento, assim como a visão dos fruidores de cultura a respeito da valorização da mesma e o fomento realizado pela iniciativa pública nesta área.

METODOLOGIA APLICADA

Com vistas às reflexões deste artigo, além de uma pesquisa bibliográfica prévia envolvendo inclusive artigos produzidos sobre cultura e pandemia, buscou-se observar mais amiúde o consumo cultural através de uma pesquisa exploratória através de questionário com perguntas fechadas, oferecidas através de meios eletrônicos – a saber: e-mail, páginas no Facebook, Twitter, entre outros – o que redundou em 1.965 respostas, oriundas de pessoas de 23 estados da federação e do Distrito Federal. A saber: Acre, Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Roraima, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe, Tocantins.

O questionário foi aplicado entre os dias 26 de julho de 2020 e 15 de agosto do mesmo ano, o que deixa clara a característica basilar desta análise: ela é um olhar a um momento específico que busca compreender a relação cultura–pandemia–consumo cultural através deste instantâneo.

Solicitou-se aos respondentes do questionário que o fizessem tendo em consideração o início da quarentena – março de 2020 – e o momento em que respondiam às perguntas.

Na análise das respostas do questionário debatemos os pontos relevantes com autores que se debruçaram sobre os assuntos específicos, bem como nos apoiamos em dados do município de Niterói para embasar o debate acerca das políticas culturais municipais no período. Esta escolha se deu pela proximidade do município e o acesso aos dados levando-nos a um pequeno estudo de caso que em momento propício será produto de outro artigo.

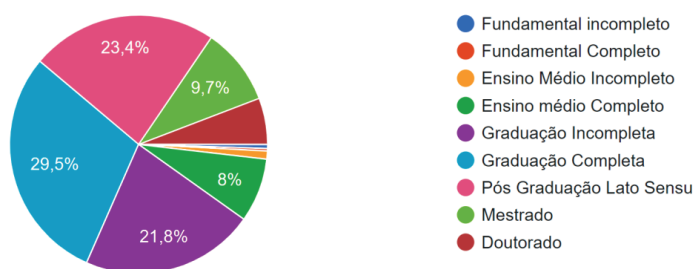
ANÁLISE DA PESQUISA APLICADA

Destaca-se de antemão a maioria de mulheres respondentes do questionário explicitado anteriormente. 75% dos que responderam são mulheres. Em relação à idade temos um quadro interessante também: mais de 60% são pessoas de vinte a quarenta anos, seguidos percentualmente pelas pessoas de 41 a 50 anos.

Gráfico 1 – Grau de escolaridade dos participantes

Escolaridade

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Ao se tratar de escolaridade, como se pode observar acima, a maioria frequentou a universidade em alguma medida. Esta pergunta foi feita com a intenção de delinear a capacidade de obter

informações e uso de tecnologias para a fruição de fazeres culturais, não importando se respondentes tem maior ou menor grau de escolaridade, apenas se possuem algum. Isto porque, em estado de isolamento pressupõe-se a necessidade de lançar mão das possibilidades caseiras, como a internet por exemplo. E muitas vezes para a utilização da internet seja por celulares, *tablets* ou computadores, é necessário um grau mínimo de instrução para compreensão das ferramentas.

A pesquisa CETIC de 2018 indica que “dois terços (67%) da população são usuários de internet no país (pessoas que acessaram a rede pelo menos uma vez nos três meses anteriores ao levantamento)”. (LEIVA; MEIRELLES, 2019, p. 30)

Bem como sabemos que antes da pandemia:

O estudo qualitativo (CGI.br, 2017) revelou demanda unânime por conectividade como condição essencial para fruição cultural digital. As motivações para o consumo cultural on-line dos indivíduos variam conforme estrutura e classe social que os cercam: conectados pelas demandas coletivas de ensino-pesquisa, por questões individuais como entretenimento midiático, ou sociais, em redes de conexão. Nos grupos de classes sociais mais elevadas, a noção de que usufruem do consumo cultural digital foi mais presente e abrangente do que nos de classes inferiores. (BEKESAS; MADER; PELLERANO; RIEGEL, 2019, p. 45)

Se a demanda por consumo cultural por meio da internet já era crescente, não se pode deixar de considerar o salto dado por esta necessidade com as pessoas buscando conservar-se em casa, como parece ter sido o caso dos que responderam ao questionário, no qual quase setenta por cento afirmou estar, naquele momento, mantendo o isolamento social ao máximo possível, sendo seguidos pelos em isolamento restrito e aos que apenas saíram por falta de opção, devido à necessidade de trabalho presencial.

De fato, segundo a Revista Metr opoles, no final de março de 2020, seis em cada dez brasileiros estavam trabalhando de casa. Um quarto deles considerava, inclusive, estar trabalhando mais pelo medo do desemprego que é o segundo maior vilão do país atrás somente do vírus.³

Gráfico 2 – Respeito às diretrizes de isolamento social

Tem feito isolamento social?

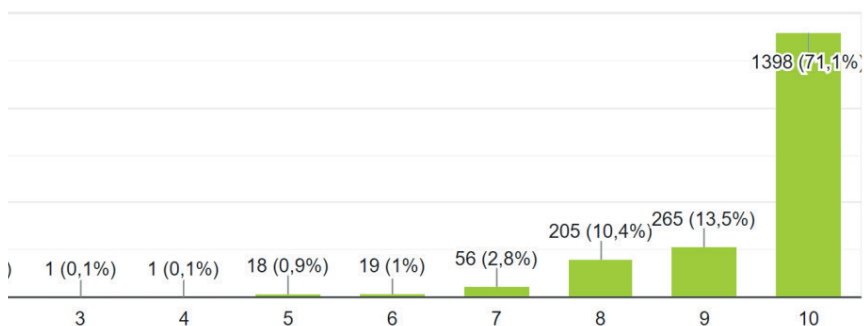
1.965 respostas



Fonte: Elabora o própria (2020).

O instantâneo da pesquisa que ora analisamos indica também que o apreço   cultura e seu consumo é elevado, pois quando perguntados qual o grau de importância da cultura na vida pessoal de cada participante, a maioria absoluta afirmou grande importância (considerando os resultados de 8 a 10).

Gráfico 3 – Importância da cultura na vida dos participantes



Fonte: Elabora o própria (2020).

3 Disponível em: <https://bit.ly/3oOYm3J>. Acesso em: 9 ago. 2020

Na pandemia, como o senso comum já apontava, a necessidade da cultura parece ter aumentado na medida em que quase cinquenta por cento dos entrevistados indicaram ter querido aumentar o consumo de produtos culturais por causa do isolamento social.

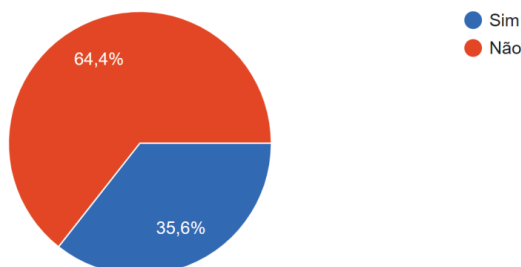
Consideramos importante deixar claro que, para nós, o tempo foi o impulsionador do incremento destas necessidades até porque a casa é, segundo nos afirma Nelson Carvalho Marcellino (1996), “o principal equipamento não específico de lazer”, mas também em conformidade com o mesmo autor devemos levar em conta que este espaço só existe para poucos privilegiados na medida em que a maioria da população tem que se contentar em moradias precárias, em geral com muitas pessoas habitando.

Não obstante este aumento de interesse – e se considerando formas de consumo que podem ser realizadas em casa – isso não se reflete em formas tradicionais de consumo televisivos como as telenovelas. Não se afirma com este resultado que as TVs abertas tenham perdido espaço, pelo contrário, houve um crescimento de audiência dos canais de televisão, superando o total de usuários de períodos como olimpíadas e Copa do Mundo. (BOUÇAS, 2020)

Gráfico 4 – Percentual de pessoas que assistiram novelas de TV de março a agosto de 2020

Você assistiu alguma telenovela no período de março até agora?

1.963 respostas



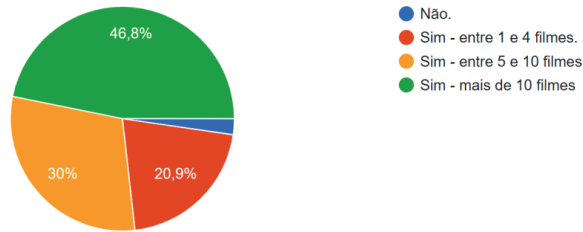
Fonte: Elaboração própria (2020).

À guisa de comparação seguem os percentuais de consumo de filmes, o que se mostra bastante significativo, tendo mais de 45% de pessoas afirmado ter assistido mais de dez filmes na quarentena.

Gráfico 5 – Filmes assistidos no período de pandemia

Você assistiu algum filme no período de março até agora?

1.965 respostas



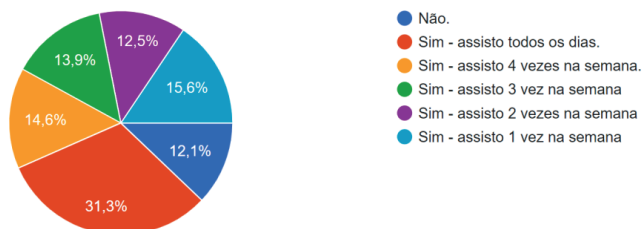
Fonte: Elaboração própria (2020).

Também é possível perceber no consumo de séries televisivas, uma tendência a ocupar o tempo com estas. Esse consumo é facilitado pela praticidade fornecida pelos serviços de *streaming*, que possuem extensos catálogos de títulos audiovisuais, o que possibilita a prática das chamadas “maratonas”, que consistem no ato de assistir diversos episódios de alguma série, ou diversos filmes de uma mesma franquia em sequência, parando poucas vezes e para necessidades pontuais.

Gráfico 6 – Séries assistidas no período de pandemia

Você assistiu alguma série no período de março até agora?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Para o consumo de filmes e séries a preferência indicada pela pesquisa também apontou para serviços de *streaming* mais conhecidos, o que gerou um aumento grande de assinaturas em serviços como o da Netflix. (GODOY, 2020) O que vai ao encontro da exposição jornalística de A. Melo, do jornal Valor Econômico, que afirma que:

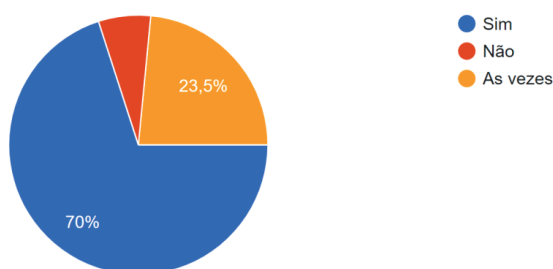
[...] para o entretenimento, as compras de TVs de tela fina no comércio eletrônico foram 71,1% maiores, acompanhando a procura pelos serviços de streaming de filmes e séries, que foi 27% maior. O aparelho de música micro system também teve aumento de 119,6% nas vendas nas lojas virtuais e os de jogos eletrônicos foram 5,4% maiores no varejo total. (MELO, 2020, p. 1)

Outra possibilidade de consumo cultural na quarentena é a leitura de livros, e os respondentes se mostraram majoritariamente como leitores, tendo setenta por cento afirmado o costume de ler livros com frequência, e outros 23,5% se afirmado como leitores ocasionais.

Gráfico 10 – Costume de leitura regular

Você costuma ler livros?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

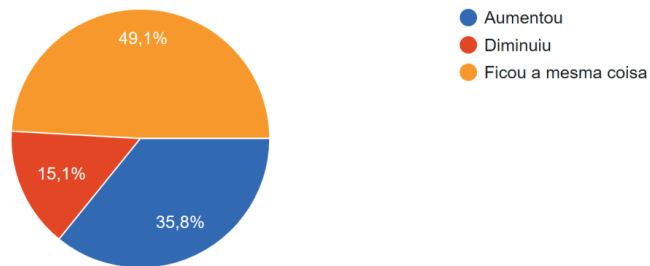
Não obstante o acima evidenciado, somente um pouco mais de 35% considerou ter aumentado seu hábito de leitura durante este

período. O que nos leva a crer, em sendo dados realísticos, que a maioria das pessoas que responderam a esta pesquisa encontrou outras formas de consumir cultura, quando o foi desejado. Compreende-se assim também, que o hábito de leitura não é uma prática inerente ao contexto de pandemia, mas sim algo já adquirido pelas pessoas.

Gráfico 11 – Hábitos de leitura durante a pandemia

Você diria que durante a Pandemia a seu hábito leitura de livros:

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Uma das “vedetes” do período entre março e setembro de 2020, para as pessoas que cumpriram a quarentena de forma mais contundente, foram os shows ao vivo transmitidos via internet. As chamadas *lives*.

O processo consiste na transmissão online de apresentações artísticas, sendo as mais populares as de músicos e cantores que performam suas canções tal qual um show ao vivo seria. As estruturas variam de apresentações intimistas com voz e violão até produções mais preparadas, com conjunto de instrumentos, estrutura de som e iluminação maiores e em certos casos até mesmo um palco, dependendo do artista e do investimento feito.

Sem dúvida este processo de apresentação de músicos atraiu um público bastante grande através de *lives* para suprir a ausência de apresentações físicas em eventos e casas de show. Alguns desses artistas começaram de forma simples e devido ao sucesso das transmissões,

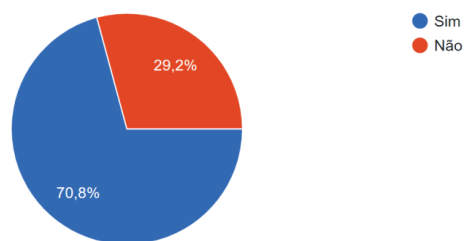
ganharam visibilidade e chamaram atenção de empresas para a oportunidade de apoio. É possível destacar o exemplo da sambista Teresa Cristina, que começou sem patrocínio e sem remuneração até conseguir um patrocinador, fazendo o mercado perceber este filão e aproveitar-se dele.

Para exemplificar, é possível citar o caso da Universal Music, que lançou o “Festival Música em Casa”,⁴ que contou com apresentações de dezenas de artistas nacionalmente conhecidos para atrair visualizações. Também pode-se observar o uso da monetização de canais do Youtube,⁵ como foi explorado, por exemplo, pelo cantor Gustavo Lima que alcançou em sua live de 28 de março de 2020 mais de 750.000 visualizações simultâneas e mais de dez milhões de visualizações no final da apresentação. (METRÓPOLE, 2020) Não se pode considerar estranho, portanto, que a resposta à pesquisa que aqui expomos tenha demonstrado que mais de setenta por cento dos respondentes consumiram este produto cultural desta forma durante o período de pandemia.

Gráfico 12 – Assistência de shows ao vivo online

Do período de março até agora você assistiu a algum show ao vivo pela internet?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020)

Em relação à plataforma utilizada para a assistência de *lives*, o gráfico abaixo indica que o Youtube foi a plataforma mais utilizada para

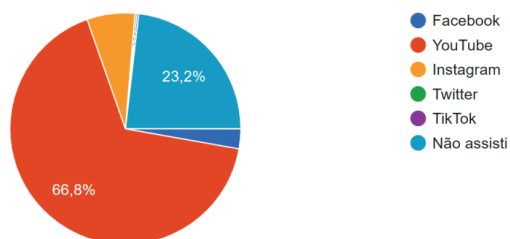
- 4 De 20 de março a 4 de abril de 2020.
- 5 Em uma métrica envolvendo visualizações, “curtidas” e comentários o Youtube monetiza o vídeo gerando receita para o canal/autor.

visualização de shows ao vivo durante os meses de abril a julho/ agosto, sendo seguido pelo Instagram.

Gráfico 13 – Meio de assistência de shows ao vivo

Se você assistiu a algum show ou espetáculo on line nos últimos quatro meses indique o aplicativo mais utilizado.

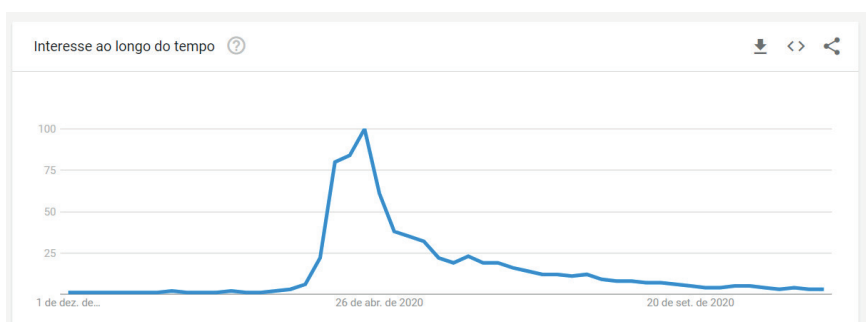
1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020)

A utilização desta plataforma como foco para transmissão dessas atividades criou uma relação direta do aplicativo com o termo (*live*), e podemos visualizar isso claramente pelas pesquisas realizadas no Google, a maior ferramenta de pesquisa online atualmente.

Gráfico 14 – Busca do termo "Youtube Live" na ferramenta Google entre 1 de dezembro de 2019 e outubro de 2020.



Fonte: Google Trends. Termo de Busca: Youtube live.

O gráfico acima não somente demonstra o crescimento da busca por *lives* pelo Youtube, mas também quando esta teve seu auge. A saber: entre abril e maio de 2020. Arrefeceu-se no final do ano,

quando a quarentena está mais frouxa e o isolamento passa a ser visto como exceção.

No campo do investimento privado alguns setores culturais conseguiram criar meios para sua subsistência e lucro. Quando voltamos os olhos para aqueles que não tem como recorrer ao *mainstream* ou ter acesso a investimentos privados para alavancar shows e carreiras mesmo de suas casas, direcionamos a atenção para o poder público que em período de exceção pandêmica deveria ser um agente primordial no equilíbrio das economias dos mais variados setores. Entretanto, o que se tem é bem explicitado por Lia Calabre:

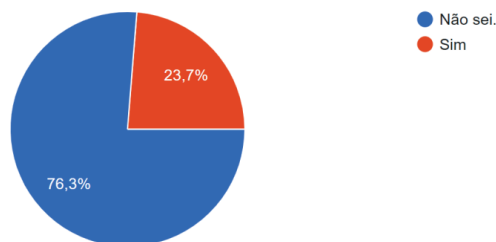
O ano de 2020 tem início com o setor cultural lutando tanto contra a diminuição drástica de investimentos federais de aplicação direta pela agora Secretaria Especial da Cultura quanto contra a tentativa de esvaziamento dos recursos que circulavam por meio das leis federais de incentivo – um mecanismo de mercado que foi duramente atacado por muitos dos seguidores do atual governo a partir de um discurso criminalizador do fazer cultural. (CALABRE, 2020, p. 9)

Muito do que tem sido feito pelo poder público para o setor cultural então, passa por estados e municípios, já que a iniciativa do governo federal é a de diminuir os recursos aplicados na cultura e em suas bases. Isto não foi diferente no período estudado. É possível observar, entretanto, que muitos não possuíam o conhecimento do incentivo por parte de suas prefeituras para que artistas se apresentassem de forma remota, seja por falta de procura ou pouca divulgação por parte das prefeituras de editais e chamadas públicas com esse objetivo.

Gráfico 15 – Incentivo de prefeituras aos shows ao vivo online

Você sabe se na sua cidade a prefeitura tem incentivado apresentações on line?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Não obstante, quando questionados se acreditavam que suas devidas prefeituras incentivavam ou promoviam formas de fomento para a cultura durante a pandemia, a grande maioria afirmou que não havia nenhuma forma de incentivo às ações culturais e houve, também, grande incidência dos que afirmaram não saber sobre isso. Poucos afirmaram que havia incentivo, mas não era grande e os que disseram haver muito incentivo foram uma quantidade significativamente menor, olhando o todo. Isso pode ser visto no gráfico abaixo.

A cidade que decidimos por olhar mais especificamente vai na contramão dos números gerais da pesquisa, já que do total dos que responderam, 88 pessoas são de Niterói e destas, 48,8% consideram que a prefeitura incentiva um pouco as políticas culturais e 38,6% apontaram que o poder público municipal incentiva muito a cultura local.

Gráfico 16 – Avaliação de prefeitos nas políticas culturais municipais

Você acha que sua ou seu prefeito, durante a pandemia

1.932 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

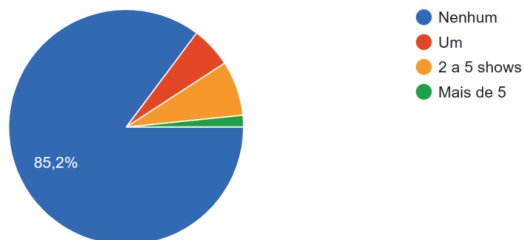
Mas para além do incentivo fornecido pelo poder público, é necessário que haja incentivo por parte dos fruidores, através de audiência em eventos virtuais e *lives*, mostrando que há demanda deste tipo de conteúdo e incentivando os governos a apoiar o setor. Infelizmente, quando questionados sobre a assistência de *lives* e outras programações culturais oferecidas pelas prefeituras, é possível perceber que mais de oitenta por cento dos participantes afirmou não ter assistido nenhuma, e os que o fizeram, foram poucas vezes.

Em Niterói, embora os números sejam mais promissores, 48% dos niteroienses que responderam ao questionário afirmaram não ter assistido nenhum dos programas culturais veiculados à distância pela prefeitura, sendo estes mais de cem apresentações diferentes.

Gráfico 17 – Consumo de produções culturais oferecidas pelas prefeituras

Se a prefeitura da sua cidade está incentivando apresentações on line pode indicar quantos espetáculos você assistiu?

1.965 respostas



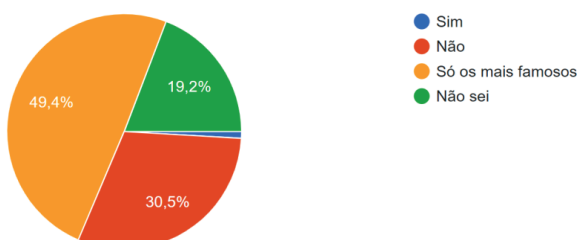
Fonte: Elaboração própria (2020).

Considerando que a necessidade do fomento se dá devido à escassez de possibilidades de trabalho para artistas, tornou-se pertinente o questionamento a respeito da remuneração dos mesmos durante o período de pandemia. Quando perguntados se achavam que os artistas estavam sendo bem pagos durante esse período, as respostas foram categóricas. Quase cinquenta por cento considerou que apenas os artistas já famosos, que possuem visibilidade, seguem sendo bem remunerados. Da outra metade, a maioria considerou que não estão sendo bem remunerados, e uma quantidade irrisória julgou que os artistas são bem pagos independente da pandemia.

Gráfico 18 – Considerações sobre remuneração de artistas na pandemia

Você acha que os artistas estão sendo bem remunerados durante a quarentena?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Apesar da já mencionada escassez de recursos fornecidos para a cultura por parte do governo federal, foi publicada a Lei nº 14.017,⁶ de 29 de junho de 2020, denominada de Lei Aldir Blanc, que dispõe de ações emergenciais destinadas ao setor cultural durante a situação de pandemia. Foi entregue pela União o valor de três bilhões de reais aos estados, municípios e Distrito Federal para aplicação pelos poderes executivos em ações de apoio ao setor cultural por meio de editais, subsídios ou renda emergencial.

Devido à impossibilidade de análise de inscrições a nível federal, retornamos nosso olhar para a cidade de Niterói, estado do Rio de Janeiro, cuja forma de utilização desta verba se deu através do Prêmio Erika Ferreira de Criação e Desenvolvimento,⁷ assim nomeado em homenagem à artista niteroiense que faleceu devido à Covid-19, que visava distribuir o valor de R\$920.870,53 (novecentos e vinte mil, oitocentos e setenta reais e cinquenta e três centavos) para propostas de projetos artístico-culturais e/ou ideias criativas nas diversas áreas de arte e cultura.

A chamada pública ficou aberta entre os dias 11 de setembro e 13 de outubro, fechando para habilitação e triagem, tendo seus resultados de habilitação divulgados dia 29 de outubro, e o resultado final após recursos, divulgado no dia 18 de novembro. Ela foi dividida em duas categorias: prêmio individual, no valor de R\$ 3.007,56 (três mil e sete reais e cinquenta e seis centavos) por proposta contemplada, e prêmio coletivo, no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais). Na categoria individual, foram premiadas 115 propostas, de 539 homologadas. Na de prêmio coletivo, foram premiadas 115 propostas, de 145 homologadas.

Antes mesmo da liberação da verba para a Lei Aldir Blanc, a prefeitura de Niterói já havia demonstrado apoio aos artistas da cidade durante a pandemia, criando sua própria chamada pública para

6 A lei é de iniciativa do legislativo, tendo origem em várias outras propostas, compiladas nesta.

7 Disponível em: <https://bit.ly/3pWbOUY>. Acesso em: 29 out. 2020.

apresentações virtuais, o “Arte na Rede”. A chamada propunha a seleção de propostas artísticas/culturais inéditas, feitas em forma de audiovisual, podendo ser ao vivo ou não, que seriam apresentadas nas plataformas da Cultura Niterói.⁸ Nesta chamada, foram inscritas mais de 800 propostas. Destas, 200 foram contempladas com um cachê artístico no valor de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais) para a apresentação virtual.

Em ambos os casos, embora seja de grande auxílio para a classe artística local, ainda é possível ver o grande número de artistas e grupos não contemplados pelas chamadas, mostrando a importância de maiores investimentos no setor, especialmente em momentos de crise nos quais os artistas estão impossibilitados de realizar suas atividades.

O setor cultural ocupava, em 2018, mais de 5 milhões de pessoas, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, o que representa 5,7% – em números absolutos soma cerca de 5,2 milhões de pessoas – do total de ocupados no país. Do todo indicam 55% de mulheres, com menos de quarenta anos, representando um percentual maior de pessoas com nível superior em comparação com os trabalhadores de outras ocupações.⁹

Mesmo com números tão expressivos o salário médio dos trabalhadores não parece ter grande variação – o que é problemático em um país com alguma inflação –, o que diminuíram foram as vagas proporcionadas por políticas culturais que estão sendo destruídas pelo atual governo federal. Neste sentido concordamos com Calabre quando afirma que o ano de 2020 se iniciou já com desafios para o setor, até pelo discurso construído por setores do governo contra a Cultura:

-
- 8 A união da Secretaria das Culturas de Niterói (SMC) e a Fundação de Arte de Niterói (FAN) formam a mesma.
 - 9 IBGE. Sistema de informações e indicadores culturais do IBGE 2007-2018. Disponível em: <https://bit.ly/2YMEFPy>. Acesso em: 20 out. 2020.

Começaram a ser elaborados e divulgados, pelo governo e seus seguidores, discursos e notícias que buscavam comprovar a apropriação indébita dos recursos federais com finalidades políticas por artistas e realizadores, ou ainda com objetivos de divulgação de ideologias que corromperiam o imaginário e a imagem do país. (CALABRE, 2020, p. 10)

Para que se tenha uma ideia do que se trata em termos monetários, apresentamos abaixo uma tabela que compara o salário médio deste Brasil tão desigual e os salários médios da cultura entre 2002 e 2014.

Tabela 1 – Salário médio de trabalhadores do setor cultural entre 2002 e 2014¹⁰

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

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

Fonte: BARBOSA, 2017.

Quanto a nossos respondentes, quando questionamos quanto deveria ser o valor de remuneração para uma apresentação virtual, a maioria apontou um salário para artistas acima de 2 mil reais. Cabe aqui uma explicação: decidiu-se por questionar a remuneração dos

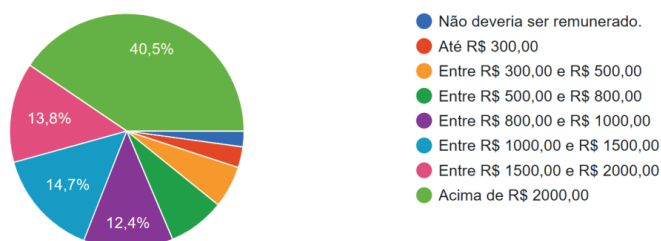
10 Não encontramos, até o momento, dados recentes para estabelecer esta comparação. Assim contamos com esta tabela para que se tenha uma ideia das afirmações que fazemos.

artistas ao invés de profissionais do setor cultural porque em entrevistas qualitativas anteriores à aplicação do questionário a primeira forma fez mais sentido do que a segunda aos entrevistados.

Gráfico 19 – Opiniões sobre valoração do trabalho dos artistas

Na sua opinião, qual deveria ser o valor da remuneração de um artista ou grupo por uma apresentação virtual na quarentena?

1.853 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

Defendemos veementemente o poder público como agente das políticas culturais, entendemos, entretanto, que mesmo excetuando-se as especificidades do período não temos vontade política para isso. Até porque:

[...] sabemos que a cultura também enfrenta inúmeros desafios em sua constituição como política social, há contraposições em relação a sua função social demarcadas pelas questões macroeconômicas calcadas pela lógica capitalista e neoliberal que determinam produtividade, crescimento e globalização da economia, exploração do trabalho, investimentos do capital, e que interferem e por vezes determinam os processos de gestão, produção, circulação e até mesmo fruição dos bens culturais e seus processos de trabalhos. (SILVA, 2016, p. 15)

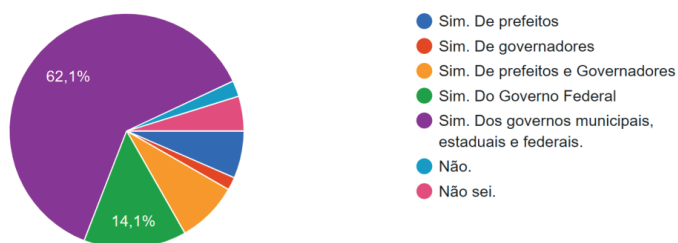
Ao menos no período de exceção que a quarentena/pandemia apresentou e apresenta, haja visto que até o momento de fechamento deste artigo ainda nos encontramos em situação de pandemia, os respondentes desta pesquisa concordam com a necessidade de um

posicionamento e de uma ação mais específica do poder público em todos os níveis, como é possível notar pelo gráfico abaixo.

Gráfico 20 – Considerações dos respondentes sobre quem deveria arcar com ajuda a artistas na pandemia

Você acha que artistas locais devem receber alguma ajuda do poder público para sobreviver durante a pandemia?

1.965 respostas



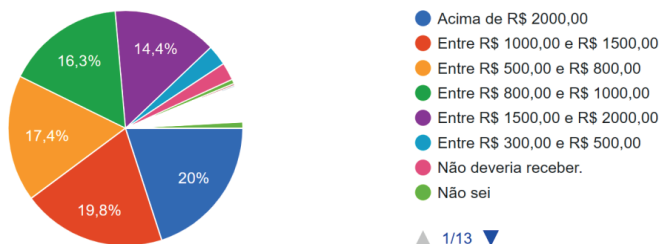
Fonte: Elaboração própria (2020).

Em relação ao valor do auxílio fornecido pelo poder público à classe cultural e artística, as respostas desta vez foram mais divergentes. É possível perceber uma divisão próxima entre os valores propostos, que vão desde trezentos até acima de dois mil reais. Traçando um cruzamento entre estas respostas e as do gráfico 19, é interessante perceber que embora a maioria acredite que um artista deva receber entre R\$1.500,00 a acima de R\$2.000,00 por uma apresentação, quando se trata de apoio fornecido pelo poder público, as ideias de valoração são mais divergentes.

Gráfico 21 – valor indicado pelos respondentes como ajuda aos artistas

Na sua opinião, quanto um artista ou grupo deveria receber de auxílio do governo nesses tempos de pandemia?

1.965 respostas



Fonte: Elaboração própria (2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os momentos pelos quais o mundo passa são ímpares, mesmo que tentemos comparar com os tempos da pandemia da gripe espanhola não teremos justeza entre aquela e esta pandemia. Hoje o mundo é mais globalizado, as doenças seguem os fluxos das pessoas e coisas, incomensuráveis nos dias em que vivemos. As consequências da pandemia também não têm precedentes e o setor cultural, já majoritariamente criminalizado pelo atual governo brasileiro, tornou-se um dos setores da economia mais afetados no ano de 2020.

Por outro lado, com o “tempo livre” que alguns conseguiram na quarentena seja pelo fechamento de seus postos ou pelo trabalho remoto de casa, o acesso à produtos culturais aumentou. Sem dúvida ganharam mais aqueles que já ganhavam mais e o trabalhador da cultura que exerce seu ofício na base ficou completamente desamparado. O poder executivo federal não considerou o combate à pandemia como prioridade e, sendo assim, as consequências e as políticas de mitigação dos efeitos da pandemia vieram do poder legislativo, que demorou, mas votou uma lei, apesar de sua implementação por municípios ser – até o momento que escrevemos este texto – pífia.

Resta demonstrado na pesquisa que apresentamos que há – no período pesquisado e com as especificidades geradas pela pandemia do Covid-19 – uma responsabilização do poder público em variados níveis pelo cuidado com a cultura e que, excetuando-se municípios como Niterói e alguns estados da federação, não houve política pública para amparar este setor tão afetado pela necessidade de imposto distanciamento social. Consideramos a falta de coordenação de políticas públicas de cultura e a imobilidade da prisioneira ideológica secretaria de cultura os principais culpados por este estado de coisas.

Entendemos também que tendo encontrado várias formas de proporcionar acesso a bens e fazeres culturais, a alternativa remota tornou-se uma possibilidade, mas como se pode atestar pelas buscas do Google (gráfico indicando as trends), foi abandonada em parte quando afrouxaram-se as medidas de distanciamento.

Embora a mídia tenha cunhado o termo “novo normal”, o que se percebe através desta pesquisa é que indivíduos encontraram formas de fruir cultura enquanto estavam em isolamento mas isso não necessariamente se traduz numa mudança perene, pois embora muitos tenham se beneficiado da oportunidade de consumir bens culturais dentro de suas próprias casas, o formato de apresentações remotas não é um que beneficie de forma justa os artistas e demais trabalhadores da cultura por diversos motivos, sendo a escassez de recursos fornecidos um exemplo. Ademais, existem formas e fazeres culturais que são inviáveis de serem realizados neste formato, e pessoas que não possuem os meios devidos para acessar programações virtuais, e isso vai contra o direito constitucional ao acesso de cultura para todos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, F. Análise do mercado de trabalho cultural. In: BARBALHO, A.; ALVES, E. P. M.; VIEIRA, M. P. (org.). *Os trabalhadores da cultura no*

Brasil: criação, práticas e reconhecimento. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 11-40.

BOUÇAS, C. Audiência de TV é a maior em cinco anos. *Valor Econômico*, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/BBdSY>. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo número 6 de 20 de março de 2020. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/RWMel>. Acesso em: 29 out. 2020.

CALABRE, L. A arte e a cultura em tempos de pandemia: os vários vírus que nos assolam. *Extraprensa*, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 7-21, 2020.

CETIC. *Cultura 2018*: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2019.

GODOY, D. Netflix ganha 16 milhões de assinantes no primeiro trimestre com Covid-19. *Revista Exame*, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/m8Wzr>. Acesso em: 20 jul. 2020.

LEIVA, J.; MEIRELLES, R. Atividades online reduzem ou estimulam o acesso a atividades culturais off-line? O que indicam as pesquisas qualitativas. *Internet&Sociedade*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 38-63, 2020.

LORRAN, T. Seis em 10 brasileiros estão em home office. *Jornal MetrÓpole*, Brasília, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/BIQJe>. Acesso em: 9 ago. 2020.

MARCELLINO, N. C. *Estudos do lazer*: uma introdução. Campinas: Editores Associados, 1996.

MELO, A. Brasileiro compra mais eletrodomésticos na quarentena. *Valor Investe*, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/4Xsjs>. Acesso em: 15 jul. 2020.

METRÓPOLES. Gustavo Lima bate recorde com live de 5 horas e milhões de views. *Portal Eletrônico MetrÓpoles*, Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/etTOf>. Acesso em: 12 ago. 2020.

RIEGEL, V. R.; PELLERANO, J.; MADER, R. V.; BEKESAS, W. R. Fruição cultural em meios digitais: conectividade para acesso à diversidade cultural. In: CETIC (org.). *Cultura 2018*: pesquisa sobre o

uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2019. p. 43-50

SILVA, C. R. S. et al. Juventude, cultura e profissionalização da criatividade. *Cad. Ter. Ocup.* UFSCar, São Carlos, v. 24, n. 1, p. 13-24, 2016.

SOUZA, M. F.; MELLO, A. S.; COLVARA, L. F. Cidades criativas da Unesco no Brasil: uma pesquisa exploratória sobre o comportamento do poder público na implementação de estratégias e estratégias voltadas à economia da cultura durante a pandemia provocada pela Covid-19. *Revista de Ciências Humanas*, Taubaté, v. 13, n. 2, p. 16-27, 2020.