



# Fazedores de cultura ou empreendedores culturais?

*Precariedade e desigualdade nas  
ações públicas de estímulo à cultura*

*Miqueli Michetti<sup>1</sup>*

*Fernando Burgos<sup>2</sup>*

- .....
- 1 Professora do Departamento de Fundamentos Sociais e Jurídicos da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. E-mail: [miqueli.michetti@fgv.br](mailto:miqueli.michetti@fgv.br).
  - 2 Professor do Departamento de Gestão Pública da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. E-mail: [fernando.burgos@fgv.br](mailto:fernando.burgos@fgv.br).

## RESUMO

O artigo tem como objetivo estabelecer uma tipologia do chamado empreendedorismo cultural no Brasil contemporâneo. Além de estabelecer quatro tipos-ideais (por necessidade, disposição, opção e vocação), apontamos o contexto mais amplo de surgimento da figura do empreendedor cultural, com atenção às especificidades da situação brasileira, e identificamos algumas ações governamentais de fomento e apoio ao empreendedorismo cultural, relacionando-as com os tipos propostos. A análise de tais relações indicou a existência de mecanismos de concentração de recursos públicos pelos agentes que já concentram capitais econômico, social, cultural e político.

**Palavras-chave:** *Empreendedorismo cultural. Política cultural. Ações públicas. Desigualdade socioeconômica.*

## ABSTRACT

The article aims to build a Weberian typology of the so-called cultural entrepreneurship in contemporary Brazil. Besides establishing four ideal-types (by necessity, disposition, option and vocation), we point out the broader context of the emergence of the cultural entrepreneur figure, with special attention to the specific characteristics of the Brazilian situation. We also identify some governmental actions promoting and supporting cultural entrepreneurship and relate them to the types outlined. The analysis of such relations indicated the existence of mechanisms concentrating public resources in agents who already have concentrated economic, social, cultural and political capital.

**Keywords:** *Cultural entrepreneurship. Cultural policy. Public actions. Socioeconomic inequality.*

## INTRODUÇÃO

O Brasil possui ao menos duas características reconhecidas mundialmente. A primeira é a sua diversidade cultural, construída como discurso hegemônico sobre o país e como valor simbólico passível de ser ofertado no mercado. Tal processo de valorização da diversidade apresentado como algo intrínseco à nossa sociedade é visível em fenômenos que vão desde as festas populares como os Carnavais (SANTOS, 2010), até cadeias de produção como a moda (MICHETTI, 2015) ou a música (NICOLAUNETTO, 2009). A segunda são os diferentes tipos de desigualdades (econômicas, sociais, culturais, raciais, de gênero e tantas outras) vigentes no país, onde há extremos de riqueza e pobreza.

Nos últimos anos, a ideia de utilizar a cultura como mecanismo de desenvolvimento econômico e social tornou-se comum no mundo e também no Brasil. Para os mais pobres, ela é apresentada como possibilidade de incremento de renda. Aos mais ricos, ela surge como meio de acumulação de capital com grande legitimidade. Diante disso, os governos têm formulado e implementado ações públicas de fomento ao “empreendedorismo cultural”.

Diversos estudos, principalmente nos Estados Unidos e Europa, têm tematizado o empreendedorismo cultural, tentando apontar quem

são esses(as) empreendedores(as)<sup>3</sup> (EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006; ELLMEIER, 2003; HENRY, 2007; MENGER, 2001). No entanto, o panorama do empreendedorismo, do mercado de trabalho e da estratificação social existente nestes países é muito diferente do contexto brasileiro. Por isso, este artigo tem como objetivo principal estabelecer uma tipologia do chamado empreendedor cultural no Brasil contemporâneo, analisando suas particularidades. Buscamos ainda identificar como diferentes ações governamentais podem apoiar esses empreendedores.

Em termos metodológicos, realizamos revisão bibliográfica sobre o tema e análise documental acerca das ações governamentais de fomento ao empreendedorismo cultural. Também nos baseamos em conversas e entrevistas com empreendedores e trabalhadores e com agentes do poder público que atuam na área da cultura, bem como em observações de campo e em experiências anteriores em análises de políticas públicas para a cultura. Além disso, formulamos tipos-ideais de inspiração weberiana, em um esforço analítico que propositadamente simplifica o real em busca de uma maior compreensão dos processos que temos em vista. Se os tipos-ideais não alcançam as minúcias trazidas pelo necessário estudo de casos específicos, eles podem, contudo, ser úteis na organização das discussões acerca do tema.

Importa ressaltar que entendemos por empreendedor cultural indivíduos e/ou grupos formalizados ou não como pessoas jurídicas, que podem atuar também como trabalhadores culturais, e que buscam mobilizar capitais econômicos, simbólicos, sociais e políticos, dependentes de suas condições sociais e de suas posições no campo cultural e/ou empresarial, para criar e manter empreendimentos na área da cultura. Essa definição geral é formada a partir das características dos tipos específicos apresentados mais adiante.

.....  
3 Neste artigo, utilizaremos o termo “empreendedor” para nos referir tanto aos empreendedores quanto às empreendedoras culturais.

O artigo está estruturado em quatro partes, além desta Introdução e das Considerações Finais. Na primeira, contextualizamos o surgimento da chamada economia da cultura e as transformações que conferem atualidade histórica às figuras do trabalhador e do empreendedor da cultura. Na sequência, apresentamos os quatro tipos de empreendedorismo cultural (por necessidade, disposição, opção e vocação). Na terceira parte, apresentaremos algumas ações governamentais de apoio e fomento ao empreendedorismo. Trata-se de uma amostra conscientemente reduzida que nos serve como base para a quarta sessão do texto, em que estabelecemos relações entre tipos de empreendedores e modalidades de apoio público, analisando-as criticamente.

## **A ECONOMIA DA CULTURA E OS TRABALHADORES DE CULTURA**

O final do século XX assistiu a emergência de termos como “economia da cultura”, “economia criativa”, “indústrias criativas”. Tais expressões, que anteriormente seriam considerados oximóros em razão da oposição histórica criada entre cultura e economia (MICHETTI, no prelo), passam a ser correntes por serem sintomáticas do chamado “regime de acumulação flexível” que sucedeu a crise do fordismo (HARVEY, 1992). Sociedade pós-industrial (BELL, 1977), pós-moderna (LYOTARD, 2011), em rede (CASTELLS, 2000), da informação ou do conhecimento são algumas das tentativas de explicar transformações substantivas que marcaram a passagem do século XX para o século XXI. Um ponto convergente em boa parte delas é a ideia de que a criação de valor e a acumulação de capital teriam passado a ter como fonte principal “ativos intangíveis”, “trabalho imaterial”, “capital humano”, o léxico é vasto e varia conforme diferentes percepções políticas. Seu substrato, entretanto, é comum ao supor que a cultura ou as dimensões simbólicas da existência passam a ser fontes de desenvolvimento econômico e/ou social.

A desindustrialização das chamadas economias capitalistas avançadas, o investimento massivo em tecnologias da informação e a reestruturação produtiva ocorrida a partir da década de 1970 implicarão em novas condições de trabalho (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1999; CASTEL, 1998, DARDOT; LAVAL, 2010; HARVEY, 1992; SENNETT, 2004). A teoria do capital humano, urdida na década de 1960 na Escola de Economia de Chicago como resposta à questão da produtividade do trabalho em sociedades de pleno emprego e bem-estar social, prevê que capital e trabalho não são esferas distintas. Ao contrário, a capacidade de trabalho seria, em si, uma forma de capital na qual cada trabalhador, transmutado em empreendedor de si mesmo, poderia investir com vistas à valorização futura (GORZ, 2005). O empreendedorismo ressurgirá, então, como valor central, e noções como motivação, autocontrole, autoempregabilidade, criatividade, multiatividade, flexibilidade, criatividade e risco comporão o “portfólio” do (auto) empreendedor (LÓPEZ-RUIZ, 2007).

Nesse contexto, a instabilidade e a intermitência que caracterizam historicamente as atividades artísticas passarão a ser a norma do trabalho em geral: contratos flexíveis por tempo determinado, execução de projetos pontuais, ausência de seguridade social e de relação salarial duradoura. É como se o trabalho cultural se apresentasse como a vanguarda da precariedade no momento que Castel (1998) avalia como o desmonte da “sociedade salarial”. Esse aspecto foi veementemente denunciado em países que por algumas décadas do século XX se habituaram às condições trabalhistas e sociais características do chamado *Welfare State* (STANDING, 2013). Mais especificamente, o “trabalhador cultural”, categoria que substituiu a de “artista” no momento pós-1968, se tornará o microempreendedor cultural a partir dos anos 1990 (ELLMIEIER, 2003, p. 9).

Já nas chamadas “sociedades periféricas” as condições da emergência da figura do empreendedor cultural são outras. No Brasil, cerca de 40% da População Economicamente Ativa (PEA) se constitui de “subproletários” (SINGER, 2012) ou ainda, 1/3 da

população faz parte da “ralé” (SOUZA, 2009). As configurações neoliberais aqui têm um contexto particular, dadas às transformações que ocorreram na sociedade brasileira nos últimos 20 anos (BRAGA, 2012). Se neste período, aproximadamente 30 milhões de pessoas saíram da situação de pobreza extrema, a criação de uma “nova classe média” no país é antes um embate político do que uma realidade sociológica. E as classes médias tradicionais, que vivem majoritariamente de capital cultural e escolar (BOURDIEU, 2007; SOUZA, 2012) também enfrentarão as condições de precarização das relações trabalhistas que caracterizam esse estrato social nas ditas economias avançadas.

Baseado nesta peculiaridade brasileira marcada pela ausência de um estado de *Welfare*, e pela existência de atores historicamente vulneráveis, torna-se impossível considerar os empreendedores, incluindo os culturais, como homogêneos. Trata-se de grupos – aqui chamados de tipos – cujas origens, trajetórias, capitais e interesses são diferentes e frequentemente desiguais.

Antes de passarmos aos tipos-ideais, é importante destacar que a economia da cultura passa também por um processo de institucionalização que lhe servirá como superfície de emergência e consolidação. Tal processo é formado por um duplo movimento, de inicialmente distanciar a cultura da economia e, depois, de aproximar tais esferas. Na década de 1990, a ideia de “exceção cultural” vem à luz como uma tentativa de alguns países de proteger seus respectivos mercados culturais em relação ao que era denunciado como “supremacia cultural americana”. À época da acentuação da “globalização do mercado cultural”, a “tese da exceção cultural” tinha por principal argumento a ideia de que a cultura seria um setor *sui generis*, caracterizado não apenas pelo seu valor comercial, mas, sobretudo, por sua importância simbólica. Portanto, não deveria ser imiscuída como um setor regular nos acordos comerciais que então se estabeleciam. Entre outras coisas, essa tese garantiu que

o setor de audiovisual fosse excluído da Organização Mundial de Comércio (MATTELART, 2007; LOPES, 2015).

A esse processo de negociação acerca das trocas de bens e serviços culturais no âmbito das instituições multilaterais de comércio, que buscava diferenciar cultura de economia, seguiu-se um movimento em sentido oposto. O termo “economia criativa” surge na recém-desindustrializada Inglaterra para designar uma economia em que conhecimento, criatividade e capital social seriam as principais matérias-primas para a criação, produção e distribuição de bens e serviços (HOWKINS, 2013). Tal definição se espalhou pelo mundo, impactando a elaboração de políticas de cultura em vários países, especialmente a partir do momento em que o órgão de comércio e desenvolvimento da Organização das Nações Unidas (ONU), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), passa a encampar o tema, lançando periodicamente o *Creative Economy Report*, publicação de grande influência na agenda mundial sobre o tema. Apesar das muitas definições dadas ao cada vez mais vasto vocabulário da economia criativa, basta-nos aqui apontar a reimbricação atual entre cultura e economia. Para os propósitos desse artigo, é preciso apontar também que, no Brasil, o Ministério da Cultura adotará, a partir de 2003, a concepção que vincula cultura e desenvolvimento. É a partir desse momento que o empreendedorismo entrará nas pautas das discussões sobre cultura no país.

## TIPOLOGIA DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL

A tipologia que esboçaremos a seguir têm inspiração weberiana, ou seja, delinearemos tipos-ideais, antes analíticos que reais, cujas características são fixadas na análise em um esforço de organizar epistemicamente o real (WEBER, 2012). Trata-se, portanto, de uma estratégia analítica que busca estabelecer uma base simplificada o suficiente a partir da qual é possível investigar e discutir o assunto.



### **Tipo 1 – Empreendedor cultural por necessidade**

Esse tipo de empreendedorismo diz respeito a indivíduos e grupos em situações precárias e de vulnerabilidades socioeconômicas, ou seja, os trabalhadores da cultura a) de áreas periféricas de regiões metropolitanas e/ou b) de regiões consideradas “locais” com relação aos centros nacionais e globais de consagração e legitimação. Fazem parte desse tipo os grupos calcados em “identidades restritas” (MICHETTI, 2015; NICOLAU NETTO, 2009). A formalização como pessoa jurídica, quando ocorre, se dá apenas para cumprir as exigências de editais, pleitear outras formas de apoio a projetos culturais ou emitir nota fiscal referente a produtos ou serviços prestados, daí o termo *necessidade*. No Brasil, o processo de formalização passa por Microempreendedores Individuais (MEI), associações sem fins lucrativos e/ou Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPS) ou ainda microempresas que optam pelo regime do Simples Nacional. Em razão da situação de vulnerabilidade socioeconômica destes empreendedores, o empreendimento cultural costuma ficar em segundo plano quando aparecem oportunidades de empregos formais. A manutenção e o crescimento dos empreendimentos, marcados pela dedicação parcial, intermitência e autoemprego (HEILBRUN; GREY, 2007), podem variar conforme o aquecimento do mercado de trabalho formal, pois a reprodução material desses “trabalhadores culturais” é geralmente garantida com recursos provenientes de outras áreas.

### **Tipo 2 – Empreendedor cultural por disposição**

Esse tipo de empreendedorismo remete a indivíduos e grupos pertencentes às classes médias no sentido bordieusiano, ou seja, pessoas que não vivem de capital econômico acumulado, mas de trabalho qualificado possibilitado pelo acúmulo de capital educacional, cultural e social. São jovens adultos de classe média, diplomados em áreas criativas ou humanidades, frequentemente artistas, produtores de conteúdo ou oriundos de outros ramos que migram

para a área da cultura ou fazem dela uma ocupação complementar. A dedicação pode ser parcial ou integral, contínua ou intermitente a depender, além do caráter flexível das atividades culturais em si, do quanto a reprodução material dos agentes está ou não provida diretamente pelo trabalho cultural. Em geral, não são indivíduos vulneráveis socialmente, geralmente contam com apoio familiar e, em alguns casos, patrimônio herdado e por isso a dificuldade para “abrir” o empreendimento é menor. Já que contam com as disposições e condições de classe para tal, não são avessos ao risco e são providos da autoconfiança necessária para empreender.

A despeito disso, é esse o tipo que mais “puramente” faz jus à imagem do artista avesso à lógica empresarial. Nesse sentido, abundam as tensões e contradições tanto práticas quanto discursivas no que diz respeito ao empreendedor desse tipo, dada a coexistência de duas lógicas (a econômica e a cultural) vividas mais ou menos como incompatíveis pelos atores. A formalização do empreendimento se dá em razão de *disposições* atinentes a um *habitus* de classe específico: a iniciativa de empreender não é estranha às opções e estilos de vida dessa condição de classe e, ao mesmo tempo, o empreendimento cultural se estabelece como tentativa de não se “submeter” às dinâmicas do emprego formal, o que é compatível com a busca de autorrealização por meio do exercício da atividade cultural. Não é raro que os empreendedores disponham de menos capital econômico que sua geração anterior e também é frequente que seus empreendimentos encontrem dificuldades de se sustentarem nos médios e longos prazos. Isso faz com que tais agentes oscilem ou alternem entre a condição de empreendedores e a de *creative workforce* de que fala Ellmeier (2003). A lógica do curto prazo e do trabalho por projeto implicada nessa dinâmica pode ser vivenciada pelos atores como instabilidade e mesmo precariedade, e diante disso não é raro que busquem se organizar em coletivos e grupos – cujo grau de organização e tempo de permanência dos membros variam muito – na tentativa de melhorar sua condição e buscando

relações de trabalho menos formais e hierarquizadas (MICHETTI, no prelo).

### **Tipo 3 – Empreendedor cultural por opção**

Esse tipo de empreendedorismo se refere a indivíduos, empresas ou grupos empresariais de produção de bens, serviços e eventos culturais e de entretenimento, tendo como objetivo principal o lucro. São produtoras de musicais e shows ao vivo, empresas de cinema, gravadoras, editoras, entre outras empresas que concebem a cultura como uma opção de investimento entre outras, e por isso a denominação como empreendedorismo *por opção*. Podem migrar para outros setores ou conciliar investimentos em várias áreas, dependendo da lucratividade dos negócios. Por concentrar capital econômico, simbólico, social e político, este tipo tem mais acesso a recursos materiais e simbólicos oriundos do setor público e privado. Ao contrário dos demais tipos, o empreendedor por opção é raramente um “fazedor de cultura”.

### **Tipo 4 – Empreendedor cultural por vocação**

É formado por artistas consolidados, cuja consagração frequentemente foi galgada por meio de seu trabalho em organizações culturais ou de entretenimento também consolidadas. São indivíduos que resolvem empreender em áreas nas quais se consideram vocacionados. Geralmente imbuídos de um espírito de missão a cumprir, trata-se, por exemplo, de atores que se tornam diretores, produtores ou empresários de outras organizações culturais, como teatros, estúdios de gravação, casas de espetáculos, etc. A atividade empreendedora costuma ser realizada em paralelo ou como complemento às atividades de origem. As duas atividades podem exercer efeitos mútuos de legitimação, como o ator de determinado programa de televisão em canal de grande audiência que tem também uma casa de shows, a qual, de sua parte, ganha visibilidade por conta da atuação televisiva. Em outros casos, uma das atividades, menos consagradas pelo campo cultural, pode ser “justificada” com

recurso à outra, considerada alternativa e mais legítima. É comum ouvirmos que atores e atrizes atuam em *block busters* para financiarem suas produções independentes ou seus empreendimentos culturais.

É importante reforçar que estamos diante de tipos ideais, que se misturam na realidade e entre os quais os agentes podem se mover a depender tanto do acúmulo de capitais, no sentido bourdieusiano, quanto das dinâmicas do mercado e do consumo culturais, bem como podem haver justaposições entre os tipos.

## **POLÍTICAS E AÇÕES DE ESTÍMULO AOS EMPREENDEDORES CULTURAIS**

O tema do empreendedorismo é encampado por projetos e programas governamentais<sup>4</sup> que visam estimulá-lo, e pela criação de órgãos institucionais como agências de fomento ou mesmo Secretarias municipais ou estaduais.

Do ponto de vista do governo federal, pode-se dizer que as políticas de apoio financeiro a grupos de fazedores de cultura têm início no Programa Cultura Viva, criado em 2004 na gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura (MinC). Desde a sua criação e passando pela Política Nacional de Cultura Viva, o apoio do governo federal aos grupos culturais se manteve, mesmo com as trocas de ministros e ministras, muitas vezes com equipes com valores, ideias e trajetórias distintas. O Cultura Viva é um caso típico de políticas com ajustes incrementais proposto por Lindblom (1995, p. 121) que afirma: “Policy does not move in leaps and bounds”. Assim, os desafios foram surgindo conforme a política era implementada. Inicialmente, os grupos não tinham apoio financeiro e ao se tornarem Pontos de Cultura, parte dessa questão foi resolvida. Na sequência, os problemas apareceram principalmente no processo de prestação de contas dos recursos recebidos, surgindo a necessidade de capacitação destes fazedores de cultura em temas

.....  
4 Adotaremos o termo “ação pública” no sentido descrito por Spink (2013).

como gestão dos recursos e prestação de contas. Junto a isso, a criação de estratégias complementares como ações de esclarecimento de dúvidas e “balcões de atendimento” tornaram-se necessárias. Ou seja, as ações anteriores geraram novas necessidades do público beneficiário, estimulando novas ações.

É neste contexto incremental nacional, aliado aos debates internacionais, que o MinC cria o Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) para estabelecer as políticas, diretrizes e ações da então recém-criada Secretaria. Além das propostas de ações que integrem o governo federal, os entes federados e as agências de fomento e desenvolvimento, o Plano traz a descrição do “Criativa Birô”, para fomentar empreendimentos criativos. Por meio da parceria com governos estaduais e municipais, além de ministérios e do Sistema S, o objetivo era a criação de

[...] escritórios fixos e/ou itinerantes voltados para o atendimento e apoio aos profissionais e empreendedores criativos com a finalidade de promover e fortalecer as redes e arranjos produtivos dos setores criativos brasileiros, por meio de cursos de capacitação para modelos e gestão de negócios, assessoria técnica e jurídica, entre outros serviços (BRASIL, 2012, p. 70).

Na sequência, a Secretaria de Economia Criativa, inspirada na incubadora Rio Criativo da Secretaria de Cultura do Rio de Janeiro, transforma o “Criativa Birô” no programa Incubadoras Brasil Criativo (IBC). A criação das IBCs vem acompanhada de mudanças no discurso e na forma de atuação. No discurso, temas como o desenvolvimento local e sustentável são substituídos por inovação e empreendedorismo. Na forma de atuação, as capacitações e o atendimento por necessidades específicas, caracterizados pelos balcões de atendimento, eram considerados “reativos” pela equipe do programa. Assim, as oficinas e cursos viriam a ser “mais coordenados”, e as incubadoras passariam a realizar “rodadas de

negócios”, tornando-se “espaços de *coworking*”, permitindo maior sociabilização entre os agentes culturais e empreendedores.

Ainda na esfera federal, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) tem apoiado a Economia da Cultura desde 1995, quando criou linhas de apoio ao cinema, a ações de restauro do patrimônio histórico e à preservação de acervos, custeadas por meio de leis de renúncia fiscal (Lei Rouanet ou Lei do Audiovisual), que buscavam gerar retorno de imagem ao Banco. Em 2006, a instituição cria o Departamento de Economia da Cultura, e o objetivo passa a ser o estímulo ao desenvolvimento econômico do setor, alinhado à visão neodesenvolvimentista do governo Lula. É criado ainda o Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura (BNDES/ Procult), que financia projetos por meio de recursos reembolsáveis.

Um outro conjunto de ações públicas de promoção ao empreendedorismo é estabelecido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), que

[...] realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil (QUEM..., [20--]).<sup>5</sup>

A agência conta com oito “projetos setoriais”, dentre os quais nos interessa nesse artigo o de economia criativa, formado pelas áreas de arte contemporânea, cinema, *design*, filmes publicitários, franquias, editorial, música e TV e mídias digitais. Em cada uma dessas

5 Para mais informações acessar *site* disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/participe-dos-nossos-projetos-com-as-entidades-setoriais>>. Acesso em: 3 set. 2016.

áreas a entidade estabelece parcerias com organizações da sociedade civil, chamadas de “entidades parceiras”, que preparam as empresas brasileiras de diferentes portes para o mercado internacional e facilitam o acesso a ele.

Além destas políticas federais, o MinC e várias secretarias estaduais e municipais promovem prêmios e editais de seleção de projetos. Um exemplo no âmbito federal é o Prêmio Funarte Carequinha de Estímulo ao Circo, criado em 2003 e que contemplava categorias que recebiam incentivos que variavam, na edição de 2013, entre 15 mil e 150 mil reais. Outro exemplo é o edital para iniciativas culturais de povos indígenas e suas comunidades, denominado Prêmio Pontos de Cultura Indígenas que, em 2015, selecionou 70 iniciativas, contempladas com 40 mil reais cada.

Ainda em âmbito federal, não podemos deixar de mencionar a Lei Rouanet e a do Audiovisual, criadas no início dos anos 1990 para fomentar a captação de recursos via renúncia fiscal de pessoas físicas e jurídicas e, assim, estimular investimentos na área de cultura.<sup>6</sup> (MICHETTI, 2016)

Na esfera municipal, selecionamos experiências de São Paulo, onde foi criado o Programa de Valorização de Iniciativas Culturais (VAI) (Decreto n.º 43.823/2003),<sup>7</sup> com o objetivo de financiar atividades artístico-culturais preferencialmente realizadas por jovens e com atuação em regiões com menos equipamentos culturais. Inicialmente, o projeto previa apoios de R\$ 15 mil. Em 2013, o programa passou a ter duas modalidades: VAI I para grupos ou coletivos, tendo como prioridade os jovens de 18 a 29 anos, e com baixa renda; VAI II para grupos já contemplados anteriormente pelo VAI I ou grupos e coletivos compostos de jovens ou adultos de baixa renda, que atuassem há, no mínimo, dois anos em localidades de baixa renda. Na modalidade I, em 2015, o apoio era de R\$ 32 mil.

.....

6 Para mais informações sobre estas Leis, bastante estudadas pela literatura nacional, ver Michetti (2016)

7 Em 2013 foi aprovada a Lei n.º 13.540, que conferiu maior estabilidade ao programa.

Já na segunda modalidade, o apoio era de R\$ 64 mil, dos quais até 30% poderiam ser gastos em obras de conservação ou adaptação do espaço físico. Além do apoio financeiro, a Comissão de Avaliação da Secretaria Municipal de Cultura realiza reuniões mensais para, por meio de encontros gerais ou atendimentos individuais, apoiar indivíduos ou grupos na superação de dificuldades de desenvolvimento do projeto ou mesmo promover a articulação entre experiências. Ainda em âmbito municipal, duas iniciativas na área do audiovisual vêm sendo desenvolvidas em São Paulo pela Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo (SPCine), escritório de desenvolvimento, financiamento e implementação de programas e políticas para o setor na cidade de São Paulo. A primeira é a Clínica de Elaboração de Projetos Audiovisuais, de participação obrigatória para os selecionados em alguns editais. A segunda é o LAB SPCine, *workshop* de capacitação sobre o mercado internacional para produtores iniciantes.

Uma importante referência para gestores públicos da área da cultura no Brasil é o programa chileno Santiago Creativo, implementado em 2011 para apoiar empresas e empreendedores no desenvolvimento de negócios, preferencialmente com potencial exportador. Segundo um de seus coordenadores, o objetivo é “transformar o trabalhador por conta própria em empresário”, ou seja, os artistas precisam pensar na viabilidade econômica. E esclarece: “você quer ser um cabeleireiro ou ter um salão de beleza?”. Se a resposta for a segunda opção, o Santiago Creativo buscará apoiá-lo por meio de eixos estratégicos. Especificamente na área de apoio à melhoria da gestão, são utilizadas diversas ferramentas: cursos de capacitação sobre modelos de negócios, profissionalização e formalização; assistência técnica para ajudar a elaborar, revisar e monitorar planos de negócios; assistência para formulação de projetos de internacionalização e em processos de distribuição, difusão e vendas; e organização de encontros com outros empreendedores e



empresários da região, para potencializar a formação de alianças e redes, incentivando novos negócios (SANTIAGO..., 2014).

Esse levantamento não pretendeu mostrar todos os tipos de ações governamentais, mas sim apresentar alguns exemplos de modos de agir e estratégias públicas de apoio aos empreendedores culturais.

## A CONEXÃO ENTRE OS TIPOS E AS AÇÕES GOVERNAMENTAIS

A seguir, estas ações serão relacionadas com os tipos de empreendedores culturais que apresentamos anteriormente. Antes, contudo, é importante ressaltar que algumas das ações beneficiam mais de um dos tipos identificados, embora o façam de maneiras diferentes.

O *empreendedor cultural por necessidade* conta com alguns programas de apoio. O Cultura Viva tem apoiado milhares de projetos de indivíduos ou grupos fazedores de cultura, permitindo maior sustentabilidade às organizações e também maior dedicação a elas. Isso valeu tanto para os pontos de cultura convencionais, como para os pontos de cultura indígenas. O prêmio Funarte Carequinha ilustra bem a modalidade de apoio a este tipo. Das seis categorias do Prêmio, as pessoas físicas (mágico, trapezista ou palhaço, por exemplo) poderiam concorrer em apenas três. Nas demais, cujos prêmios eram maiores, apenas pessoas jurídicas poderiam concorrer. Já as ações previstas pelas incubadoras do Programa Brasil Criativo, como “rodadas de negócios”, poderiam beneficiar alguns tipos de bordadeiras ou rendeiras, por exemplo<sup>8</sup>. Para finalizar, iniciativas como o VAI, da prefeitura de São Paulo, são fundamentais para este tipo. De 2004 a 2013, período em que havia apenas uma modalidade, foram distribuídos mais de R\$ 22,5 milhões para 1.131 projetos, sendo o jovem de baixa renda o principal beneficiário.

.....  
8 Neste aspecto, é importante deixar registrado o trabalho que o Sistema S, principalmente o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), faz no sentido de formalização e capacitação de pequenos empreendedores, ainda que não seja uma ação governamental.

Isso representa uma média de R\$ 1.658,86 mensais para cada projeto. Inicialmente, a lei restringia o recebimento de recursos a até duas edições do programa, não necessariamente consecutivas. Isso dificultava muito a consolidação de algumas atividades, uma vez que se trata de um empreendedor que frequentemente precisa de um outro emprego para complementar sua renda. Com a mudança na legislação em 2013, a modalidade VAI II passou a permitir aportes maiores capazes de aumentar a chance de manutenção do empreendimento.

O *empreendedor cultural por disposição* também pode ser beneficiado pelas estratégias das Incubadoras do Brasil Criativo, mas costuma buscar programas mais estruturados e com maiores recursos. Por exemplo, para um projeto ser apoiado pelo Procult, o valor da operação deve ser superior a 1 milhão de reais, sendo que o BNDES financia ao máximo 80%. Possuir ao menos R\$ 200 mil, ainda que isto possa vir de outros patrocínios específicos, requer diversos capitais que não são possíveis ao empreendedor por necessidade. O mesmo ocorre nos programas da Apex-Brasil que exigem contrapartida. Já nos casos das Leis Rouanet e Audiovisual, a possibilidade de conseguir uma empresa – provavelmente de médio ou grande porte disposta a colaborar e que cumpra as exigências legais – se dá apenas para quem já está inserido em redes de contatos e possui algum capital social e cultural. No caso dos empreendedores da área do audiovisual, ainda há a opção de programas como os realizados pela SPCine.

As diferenças entre o *empreendedor cultural por opção* e o *por vocação*, consistem em que o segundo possui uma trajetória como trabalhador cultural e que os objetivos principais dos empreendimentos são diferentes. Contudo, eles possuem características semelhantes, como o fato de possuírem, além do econômico, outros tipos de capitais. Isso facilita a participação nos editais do BNDES Procult e da Apex-Brasil, que envolvem contrapartidas, e

também na captação de recursos via incentivo fiscal previstos nas Leis Rouanet e do Audiovisual.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um importante aspecto a que buscamos dar relevo nesse artigo é o fato de que o Brasil, embora apresente as condições de precariedade colocadas aos trabalhadores culturais que explicam o advento da figura do empreendedor cultural nas chamadas economias avançadas, é marcado também por um contexto específico. Primeiramente porque entre nós o *welfare* como situação generalizada nunca existiu, e depois porque não tivemos alterações substantivas na estratificação social nacional, caracterizada por extrema desigualdade, a despeito de importantes transformações recentes nas condições sociais dos mais pobres. Em face dessas especificidades, é preciso olhar as experiências internacionais com a cautela de quem desconfia de modelos universalmente aplicáveis.

Outro elemento que gostaríamos de destacar é que, considerando as heterogeneidades das 27 unidades da federação e 5.569 municípios brasileiros, certamente deve haver muitas ações de apoio ao empreendedorismo que esse artigo não conseguiria abordar. Esperamos, contudo, que a tipologia que desenhamos possa ser útil à reflexão no processo de formulação e análise das políticas de apoio à cultura. É preciso lembrar que empreendedores diferentes requerem políticas e ações diferentes. Ainda quanto à heterogeneidade, é importante sublinhar que, mesmos dentro dos tipos, há situações das mais variadas, ou seja, trata-se efetivamente de tipos-ideais.

Diante disso, nossa breve análise das ações governamentais em relação aos tipos de empreendedores indica a existência de mecanismos de concentração dos recursos públicos nos tipos 3 e 4. Embora haja ações destinadas aos tipos 1 e 2, o que merece ser reconhecido, as ações que contam com mais recursos tendem a reproduzir as desigualdades já existentes, não apenas no acesso

a programas, mas também no volume dos recursos destinados. Por isso, é relevante registrar que estudos futuros precisam levar em conta não apenas o “quem” e o “como” das ações, mas também o “quanto”. Por exemplo, o montante envolvido em programas como o VAI é substancialmente menor do que os incentivos previstos na Lei Rouanet.

Entretanto, ainda que a atenção à dimensão econômica da questão seja crucial, é preciso ter em consideração que a desigualdade não se coloca apenas no que diz respeito à concentração desigual de capital econômico. Como lembra Bourdieu (2000), o *ethos* empreendedor não é universal, mas pressupõe certas formas de capital e disposições de ação. Redes de contato e influência, ou seja, capital social não depende apenas do voluntarismo dos atores. Disposição à autorrealização via trabalho, autoconfiança, pensamento prospectivo, confiança no futuro e aptidão ao risco (especialmente quando já se vive em situação real de vulnerabilidade), não são distribuídas independentemente de condições de classe e de trajetórias individuais distintas. Ao pressupor que capitais e, especialmente, disposições próprias aos tipos 2, 3 e 4 estejam presentes também no tipo 1, as ações públicas correm o risco de reproduzir as condições que, ao menos em princípio, buscam transformar.

## REFERÊNCIAS

- BELL, Daniel. *O Advento da Sociedade Pós-industrial*. São Paulo: Cultrix, 1977.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *Les structures sociales de l'économie*. Paris: Seuil, 2000.
- BRAGA, Ruy. *A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista*. São Paulo: Boitempo, 2012.

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

CASTEL, Robert. *Metamorfoses da questão social: uma crônica do salário*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *La nouvelle raison du monde: essai sur la société néolibérale*. Paris: La Découverte, 2010.

EIKHOF, Doris Ruth; HAUNSCHILD, Axel. Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries. *Creativity and Innovation Management*, Oxford, v. 15, n. 3, p. 234–241, 2006.

ELLMEIER, Andrea. Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment. *International Journal of Cultural Policy*, Oxford, v. 9, n. 1, p. 3–16, 2003.

GORZ, André. *O Imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, David. *A Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.

HEILBRUN, James; GRAY, Charles M. *The Economics of Art and Culture*. New York: Cambridge University Press, 2007.

HENRY, Colette. (Ed.). *Entrepreneurship in the creative industries: an International Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007.

HOWKINS, John. *The creative economy: how people make money from ideas*. Londres: Penguin Books, 2013.

LINDBLOM, Charles Edward. The ‘Science’ of Muddling Through. In: THEODOULOU, Stella; CAHN, Matthew. *Public policy: the essential readings*. New Jersey: Prentice Hall, 1995. p. 113–128.

LOPES, Ruy Sardinha. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rousseff. In: RUBIM, Albino; BARBALHO, Alexandre; CALABRE, Lia. (Org.). *Políticas culturais no governo Dilma*. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 173–199.

LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo. *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.

- LYOTARD, Jean. François. *A condição pós-Moderna*. 13. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.
- MATTELART, Armand. *Diversité culturelle et mondialisation*. Paris: La Découverte, 2007.
- MENGER, Pierre-Michel. Artists as workers: theoretical and methodological challenges. *Poetics*, Hague, v. 28, n. 4, p. 241-254, 2001.
- MICHETTI, Miqueli. A Definição Privada do Bem Público: a atuação de institutos empresariais na esfera da cultura. *Cad. CRH*, Salvador, v. 29, n. 78, set./dez. 2016.
- MICHETTI, Miqueli. Coletivos e redes culturais no Brasil contemporâneo: Notas sobre as relações entre cultura, economia e política na conjuntura neoliberal. In: ALMEIDA, Marco Antônio de (Org.). *Práticas culturais contemporâneas*. São Paulo: Edições Sesc, No prelo.
- MICHETTI, Miqueli. *Moda brasileira e mundialização*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2015.
- NICOLAU NETTO, Michel. *Música brasileira e identidade nacional na mundialização*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.
- QUEM somos. *ApexBrasil*, [20--]. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/participe-dos-nossos-projetos-com-as-entidades-setoriais>>. Acesso em: 3 set. 2016.
- SANTIAGO creativo: publicación especializada de la Industria Creativa. Santiago: Treebol, 2014.
- SANTOS, Fernando Burgos Pimentel dos. Carnaval e administração pública: o papel dos governos locais na configuração das festas. *Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares*, v. 7, p. 61-74, 2010.
- SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- SINGER, André. *Os sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- SOUZA, Jessé. *A ralé brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2009.
- SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2012.

SPINK, Peter Kevin. A Articulação de Ações Públicas em Situações Complexas. In: GOMES, Marcos Vinícius Peinado; ALVES, Mário Aquino; FERNANDES, Renê José Rodrigues. *Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas*. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, 2013. p. 43-59.

STANDING, Guy. *O precariado: a nova classe perigosa*. São Paulo: Autêntica, 2013.

WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva: volume 1*. 4. ed. Brasília: Ed. UnB, 2012.