

Registro do panorama cultural no Brasil

Obra é realização do Ministério da Cultura e da Vale, por meio da Lei Rouanet, com apoio da ESPM. Foram ouvidos 500 produtores e 40 investidores

Lançada recentemente, a publicação "Panorama Setorial da Cultura Brasileira" traz uma ampla pesquisa de mercado, que ouviu e qualificou os dados de quem produz e quem investe em cultura no país. O livro é uma realização do Ministério da Cultura e da Vale, por meio da Lei Rouanet, com apoio da ESPM.

Os agentes da cadeia produtiva cultural brasileira estão preparados para os novos desafios do mercado cultural? Quais são suas fontes de informação e referências para se organizarem dentro do setor? Essas questões foram o ponto de partida para a pesquisa. Para respondê-las, as autoras – Gisele Jordão e Renata Allucci – e sua equipe entrevistaram cerca de 500 produtores culturais e 40 investidores, da iniciativa privada e do governo.

O objetivo principal foi disponibilizar informações de qualidade, pioneiras e inovadoras para o setor cultural, além de facilitar o planejamento de atividades dos atores dessa cadeia produtiva, ou seja, os agentes (artistas, produtores e fornecedores), viabilizadores (iniciativa privada e governo), difusores (pontos de distribuição de produtos culturais e divulgadores) e o público consumidor.

A pesquisa aponta dados que revelam bastante instabilidade no setor. Por exemplo, na questão sobre remuneração, 72% dos produtores entrevistados afirmam que sua remuneração é variável, apenas por trabalho realizado. Só 14% são produtores contratados. 63% deles dependem de remuneração advinda de outras atividades, revelando como é difícil para o produtor manter-se focado exclusivamente nessa atividade.

Quando perguntados "quais são as dificuldades encontradas no seu trabalho?", 50% respondem que é o profissionalismo das equipes envolvidas num projeto cultural, e 42% que a segunda maior dificuldade é ser bem relacionado para conseguir aprovar o projeto com os investidores.

A pesquisa também revela diversos aspectos sobre como pensam os investidores da iniciativa privada e governamental. Embora todos os grupos apresentem considerações sobre a importância da cultura no desenvolvimento social, orientações distintas são percebidas em cada um deles. Para a iniciativa privada, percebe-se que o investimento é prioritariamente um meio de comunicação e de associação positiva para a marca do patrocinador. Para o poder público, observa-se que a formação de cidadãos e o desenvolvimento socioeconômico estão em primeiro plano.

Para a iniciativa privada, o projeto deve apresentar consistência e compromisso com o resultado, além de ter continuidade e conciliar interesses públicos e privados. Já para o poder público, deve ter planejamento, ser sustentável, desenvolver e despertar o público para a arte, para a consciência cultural, não servir apenas para distrair, além de garantir acessibilidade e diversidade.

A pesquisa foi construída com base em três métodos combinados. A desk-research, que contempla pesquisas anteriores sobre cultura no país, além de referências estrangeiras, com dados existentes entre 2007 e 2012. A pesquisa qualitativa foi feita com os investidores de cultura públicos e privados. E a pesquisa quantitativa, com produtores culturais de todo país.

O livro abre com o histórico da cultura no Brasil, desde quando sua estruturação começou mais efetivamente, na década de 1930, até os dias atuais. Em seguida, um mapa conceitual apresenta as perspectivas que nortearam a pesquisa, suas intenções e caminhos de compreensão para melhor aproveitamento na análise dos dados. Todo o material é recortado por experiências e iniciativas culturais, narradas jornalisticamente.

**Fonte: Diário de Cuiabá [Portal]. Disponível em:
<<http://www.diariodecuiaba.com.br/detalhe.php?cod=417293>>. Acesso em: 17 set.
2012.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.