



EAESP

GV PESQUISA

ANÁLISE DO MERCADO DE TRABALHO E CARREIRA NAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS DO ES- TADO DE SÃO PAULO

Relatório 18/2008

PEDRO F. BENDASSOLLI

Não é permitido o uso das publicações do GVpesquisa para fins comerciais, de forma direta ou indireta, ou, ainda, para quaisquer finalidades que possam violar os direitos autorais aplicáveis. Ao utilizar este material, você estará se comprometendo com estes termos, como também com a responsabilidade de citar adequadamente a publicação em qualquer trabalho desenvolvido.

SUMÁRIO

Resumo	3
Abstract	4
Seção 1	
Introdução.....	5
Seção 2	
Objetivos	8
Seção 3	
Principais conceitos e definições.....	10
Seção 4	
Metodologia	33
Seção 5	
Resultados e comentários gerais	49
Seção 6	
Conclusões e limitações do estudo.....	86
Seção 7	
Referências bibliográficas	89

Resumo

O objetivo desta investigação foi estender o conceito de carreiras sem fronteiras para compreensão das carreiras de artistas selecionados num core de setores pertencentes às indústrias criativas do Estado de São Paulo. Complementarmente, buscou mapear características ocupacionais desses setores. Para tanto, combinou técnicas qualitativas, com entrevistas semi-estruturadas com vinte artistas do core criativo em questão, e quantitativa, analisando descritivamente os microdados extraídos da PNAD/IBGE 2006. Os resultados desta análise estatística mostram que o núcleo de ocupações criativas analisadas representa apenas 1,5% das ocupações do Estado de São Paulo, e que 65% delas são de ocupações autônomas, com 70% de seus ocupantes ganhando até três salários mínimos por mês. Os resultados qualitativos mostram que os artistas tendem a entrar precocemente para o mundo das artes, são, em geral, autodidatas, usam a diversificação de atividades como estratégia de carreira, quando não uma dupla carreira. Adicionalmente, revelam-se afetivamente mais comprometidos com o trabalho, o qual diferenciam de emprego. Entre as qualidades negativas desse mercado, esta pesquisa confirma a oscilação e instabilidade financeira e a luta árdua pela construção da reputação e reconhecimento profissional. O estudo traz ainda algumas hipóteses para posterior investigação.

Palavras-chave: Indústrias criativas; carreiras no setor criativo; carreiras sem fronteiras; perfil ocupacional paulista.

Abstract

The purpose of this investigation is to extend the concept of boundary-less careers to understanding the careers of artists selected from a core of São Paulo creative industry segments. Furthermore, it also attempted to map these segments' occupational characteristics. To this end, the investigation combines qualitative techniques and semi-structured interviews with twenty artists belonging to the relevant creative core, as well as a quantitative assessment providing a descriptive analysis of micro-data drawn from the PNAD/IBGE 2006 survey. The results of the statistical analysis show that the analyzed creative occupations core represents a mere 1.5 percent of occupations in the State of São Paulo, and that 65 percent of those concern self-employment, with 70 percent of occupants making up to three minimum wages/month. The qualitative results show that artists tend to join the world of arts early, are usually self-taught, use activities diversification as a career strategy, or even resort to double careers. In addition, they are affectively more committed to work, which they differentiate from employment. Among the market's negative traits lie financial fluctuation and instability and a hard struggle for reputation and professional recognition. The study also offers certain hypotheses for later investigation.

Keywords: creative industries; creative careers; boundaryless career; São Paulo State occupational profile

Seção 1

Introdução

Em relatório anteriormente apresentado, no qual nos propusemos a realizar um delineamento teórico das indústrias criativas bem como fazer uma primeira aproximação exploratória à indústria criativa no Brasil e no Estado de São Paulo, encontramos alguns dados interessantes sobre as ocupações nesses setores.

Em primeiro lugar, e a despeito da escassez de dados abertos (disponíveis nos institutos de pesquisa como IBGE e SEADE), constatamos que as Indústrias Criativas (IC)¹ respondem por quase 6% de toda a ocupação no país e por 10% do PIB nacional (considerando-se a inclusão das Telecomunicações). Constatamos também que, por serem pequenas e médias empresas, podem oferecer uma perspectiva de vínculo profissional próximo ao que se denomina de empreendedorismo cultural, na medida em que são muitas vezes os próprios proprietários e sócios quem tocam o negócio, possivelmente contratando um pequeno número de pessoas para auxiliá-los.

No Estado de São Paulo as IC empregam próximo de 2% da população economicamente ativa (formal), pagam um salário acima da média dos salários dos serviços e também tendem a seguir um regime de trabalho no qual, em alguns setores específicos, se observa grande maioria de sócios-proprietários. Isso quer dizer que nas IC a figura do empreendedor parece ser de elevada importância, tendo de ser capaz de tolerar riscos e incertezas de um mercado cuja demanda é instável e oscilante (Shorthose & Strange, 2004).

Contudo, pesquisadores têm apontado que as pesquisas tradicionais sobre perfil ocupacional nas IC são perpassadas por alguns vieses típicos desse setor. Entre eles, o fato de haver muita informalidade, a perspectiva de trabalho *free-lance*, auto emprego e também o problema de que a profissão de “artista” pode ser fluida ao ponto de a pessoa classificar-se como tal sem o sê-lo na verdade. Mesmo assim, esforços vêm sendo desenvolvidos no sentido de se gerarem estatísticas e de as alimentarem ao longo do tempo, como é o caso de França (Moulin, 1997) e Inglaterra (Arts Council England, 2003), por exemplo. Por essa razão, alternativas metodológicas foram propostas recentemente, como os estudos de painel (Alper & Wassall, 2006).

¹ O IBGE (2006) considera um amplo leque de indústrias como pertencentes às indústrias culturais/criativas, daí, talvez, esse valor – que é mais alto do que o encontrado em outras pesquisas, por exemplo, na de Silva e Araújo (2003), que afirmam haver 493 mil pessoas trabalhando no setor cultural no país, equivalendo a 1,9% de todas as ocupações.

No Brasil, conforme destacam Silva e Araújo (2003), somente 60% das ocupações do setor cultural eram formais. Esses autores entendem por setor cultural as atividades de publicação; distribuição e venda de livros e outros periódicos; produção; distribuição e venda ou exibição de filmes, vídeos e gravações musicais; atividades de rádio e televisão; conservação patrimonial; gestão de salas de espetáculo, artes cênicas, plásticas, atividades literárias, musicais e outras atividades de espetáculo. Silva e Araújo afirmam ainda que cerca de 40% dos postos de trabalho são ocupadas por mulheres e que há uma concentração maior de trabalhadores com nível superior de escolaridade ou segundo grau completo (média acima do encontrado nos outros setores da economia brasileira).

O mais interessante a considerar é que no setor criativo talvez os padrões relacionados a carreira possam ser distintos do que os observados nos setores mais tradicionais da economia. Isso pode se materializar em padrões distintos de trabalho (por exemplo, enquanto projetos), em formas diferentes de obtenção de satisfação (talvez mais dependente da realização pessoal do que financeira, apesar de que isso pode ser uma idealização da profissão – Moulin, 1997), exposição à incerteza, ao risco e à instabilidade (McRobbie, 2002), dificuldades de se obter reconhecimento profissional, entre outros. Alguns autores ficaram inclusive famosos por propor que a classe de artistas (ou de “criativos”) poderia ser vista como uma nova classe social, tamanha sua especificidade e poder de transformação econômico. Este é notoriamente o caso de Richard Florida (Florida, 2002).

Entendemos que talvez as carreiras no setor criativo possam ser melhor enquadradas pelo conceito de *carreiras sem fronteiras*, proposto por Arthur e Rousseau (1996). Essas carreiras constituem nova proposta diante do esfacelamento das delimitações institucionais/organizacionais anteriormente oferecidas pelas empresas no formato de emprego para a vida toda e de cargo.

Hoje, defendem Arthur e Rousseau, esgota-se o sentido de carreira como cargo e limitada a uma organização e ampliam os aspectos abertos, fluidos e “sem limites” das carreiras. Cabe então ao profissional discernir sobre “por quê” faz o que faz; “como” fará o que deseja fazer (em termos de recursos, pessoais e outros); e “com quem” fará isso, ou com a ajuda de quem – mais conhecido como *networking*. Os autores denominam essas três formas de discernimento nas carreiras sem fronteiras como *know-why*, *know-how*, *know whom*, respectivamente.

Essa perspectiva pode ser complementada com o conceito de “âncoras de carreira”, proposto por Schein (1993). Tais âncoras seriam o “por quê” (ou *know-why*) que inspira e motiva o indivíduo a escolher determinadas carreiras; refere-se à imagem que ele tem de si mesmo e pela qual gostaria de ser reconhecido pelas outras pessoas. Schein destaca oito âncoras: serviço e dedicação; gerir pessoas; estilo de vida; desafio puro; autonomia; empreendedorismo; segurança no emprego; e competência técnico-profissional.

Tendo em vista esse breve panorama, a pergunta que será endereçada neste projeto é a de como as carreiras se apresentam no mercado de trabalho configurado pelas indústrias criativas. Considerando as características ocupacionais desse setor, como seus profissionais criam, desenvolvem e avaliam suas próprias carreiras? Em suma, baseando-nos no conceito de carreiras sem fronteiras e âncoras de carreira, pretendemos fazer um estudo sobre carreiras criativas.

Seção 2

Objetivos

2.1. Objetivo geral

Realizar um mapeamento demográfico e agregado das características e particularidades das ocupações em um *core* de indústrias criativas no Estado de São Paulo e estudar as características das carreiras nesse setor, com ênfase no modo como elas são significadas por seus ocupantes, as dificuldades envolvidas e os principais fatores que as animam.

2.2. Objetivos específicos

Esse objetivo geral é desdobrado em dois objetivos específicos, cada um deles seguidos de tópicos ainda mais específicos de investigação.

1. Realizar um mapeamento quantitativo das ocupações de um *core* de indústrias criativas no Estado de São Paulo a partir de tabulação especial sobre microdados regionalizados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD –, ano de 2006, do IBGE.
 - Participação das ocupações do *core* de indústrias criativas sobre o total de ocupados no Estado.
 - Distribuição das ocupações segundo atributos pessoais (sexo; condição na família; faixa etária; anos de estudo; cor).
 - Distribuição das ocupações segundo características do mercado (posição na ocupação; jornada de trabalho; local de trabalho).
 - Rendimentos observados nas ocupações selecionadas (faixa de rendimento individual; rendimento domiciliar *per capita*).

2. Estudar *qualitativamente* uma amostra de profissões selecionadas do conjunto das profissões do *core* de indústrias criativas visando entender o modo como os ocupantes dessas carreiras respondem às características do mercado cultural em questão (incerteza, instabilidade, informalidade, risco etc.), a significam e a desenvolvem.
 - Utilizar o conceito de *carreiras sem fronteiras* para compreender as carreiras selecionadas – inventariar as competências *know-why*, *know-how* e *know-whom*, verificando sua aplicabilidade na descrição dessas carreiras.
 - Realizar diagnóstico de âncora de carreira proposto por Schein a fim de captar os motivadores centrais das carreiras de trabalhadores criativos selecionados desse setor (sobretudo o *know-why*, pois as âncoras tratam principalmente desse componente da carreira sem fronteiras).

Seção 3

Principais conceitos e definições

Há três frentes principais de conceitos nesta pesquisa. A primeira diz respeito ao trabalho criativo. De que se trata esse tipo de trabalho? Seria ele uma realidade distinta da observada nas outras formas de trabalho? Aqui o essencial é determinar as fronteiras entre supostamente distintas formas de trabalho e trabalhar. Também cabe nessa frente uma investigação teórica sobre o que faz exatamente um profissional criativo.

A segunda diz respeito à caracterização mais ampla do aspecto econômico das profissões culturais ou criativas, como as características do mercado de trabalho do setor (focando no artista como um trabalhador que gera valor: econômico e cultural). Esta frente é delineada em função do enquadre ainda mais amplo dado pelo setor cultural ou criativo. Busca-se sumarizar estudos focados em uma perspectiva ocupacional do setor (tomado no sentido de *indústria*), e não, como será feito na frente seguinte, nos aspectos de ordem psicossocial associados às carreiras nesse setor.

A terceira frente trata das particularidades sociológicas e psicossociais das carreiras no setor criativo. Neste ponto, introduzimos os conceitos de *carreiras sem fronteiras* e *âncoras de carreira*, dado que muitas das características ocupacionais do setor cultural ou criativo podem ser, em nossa hipótese, melhor compreendidas com a ajuda de ambos esses conceitos. De um modo específico, nesta frente teórica buscamos revisar questões relacionadas com sentido do trabalho; satisfação profissional; motivadores profissionais (ou teorias de motivação aplicadas ao caso em questão); desenvolvimento de carreiras; porém, todos aplicados (ou aproximados) das profissões criativas.

3.1. O delineamento do trabalho criativo

Segundo David Throsby, um importante economista australiano há décadas dedicado ao estudo do trabalho e dos trabalhadores culturais e criativos, a diferença entre trabalho cultural e trabalho não-cultural depende das características da própria indústria cultural ou criativa.

Nesse sentido, esse autor propõe um modelo de entendimento do setor cultural em que este é modelado em três círculos concêntricos, dentro dos quais são classificadas algumas atividades (Throsby, 2001a; 2001b).

No círculo mais interno encontramos as atividades culturais tradicionalmente consideradas como tais e de maior conteúdo cultural (bens simbólicos, “intangíveis”) combinado a novas tecnologias: música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, artes performáticas, *software* e arte multimídia. O segundo círculo, que abarca o primeiro, envolve tanto atividades produtoras de conteúdos culturais como também não-culturais. Neste caso teríamos: edição; rádio; jornal; filme; TV; revista. Por fim, no círculo mais amplo estariam setores que têm algum conteúdo cultural mas que se expandem para áreas não-culturais: arquitetura; propaganda; e turismo (que pode ser muito mais amplo do que o turismo cultural).

Quer dizer, Throsby (2001a; 2001b) associa ao núcleo das indústrias culturais e criativas as artes tradicionais, mais próximas do nascedouro da criatividade, do talento individual, da imaginação e do simbólico. Em seu modelo, à medida que nos afastamos desse centro essencialmente criativo e cultural, vamos encontramos as indústrias que se encarregam de transformar a matéria-prima criativa em *commodities*, fornecendo-lhe suporte para distribuição e comercialização em escala. No limite do afastamento encontramos atividades ou setores industriais que usam apenas parte do conteúdo cultural para compor seus produtos/serviços ou bens, como é o caso de propaganda, turismo e arquitetura.

Similarmente, Throsby (2001b) propõe uma definição estrita de trabalhador cultural e criativo que leve em consideração o *core* das indústrias de arte, ou seja, o primeiro círculo concêntrico mencionado mais acima. Desse modo, Throsby fala de força de trabalho artística como distinta das categorias mais amplas de trabalhadores culturais.

A restrição ao trabalho *criativo* e *artístico* inclui ocupações tais como a de atores, músicos, dançarinos, pintores, escultores, poetas, novelistas, compositores e outras estreitamente relacionadas aos trabalhadores das artes, como dramaturgos, diretores de teatro, curadores, *designers* de cenários e assim por diante. Já as ocupações “não-criativas” dentro da força de trabalho artística compreendem todos os outros tipos de trabalhos cujo insumo é necessário para a produção dos processos das artes, como pessoal técnico trabalhando em companhias de ópera e teatro, agentes literários, contadores, pessoal de limpeza etc.

Outra tentativa de definição de trabalho cultural e criativo é dada pela UNESCO (1980). De acordo com esta, um artista é qualquer pessoa que cria ou dá expressão a trabalhos de arte ou os recria, que considera sua criação como parte importante de sua vida e que, por essa razão, contribui com o desenvolvimento da arte e da cultura. Nessa definição, não importa o vínculo empregatício, quer dizer, para UNESCO um artista é reconhecido como tal independentemente de ter uma relação contratual de emprego ou de associação.

Por sua vez, Moulin (1997), mirando no caso francês, propõe definir o perfil do artista em função de quatro critérios: primeiro, possuir independência financeira, ou seja, ser capaz de viver com os ganhos da profissão; segundo, declarar-se, por si mesmo, um artista – o critério da autodefinição; terceiro critério, competência específica: ser diplomado por uma escola de arte ou equivalente; e, quarto, ser reconhecido pelos pares.

Frey e Pommerehe (1997) estendem a oito os critérios de definição de um artista profissional. Primeiro, ele deve dedicar tempo a seu trabalho; depois, deve obter renda dele; em seguida vem reputação junto ao público em geral; reputação junto a outros artistas; qualidade artística do trabalho realizado; participação em uma associação profissional do setor; qualificação profissional; e, por fim, auto-avaliação (como artista).

Um dos critérios destacado por Frey e Pommerehe levanta outra questão de fronteiras no trabalho criativo: a distinção entre artistas profissionais e amadores. Throsby (2001b) aponta que o termo profissional neste caso indica o nível de treinamento, experiência ou talento, bem como uma forma de trabalhar que qualifica o artista para ser julgado contra padrões elevados de desempenho profissional de ocupações relevantes. Na pesquisa conduzida por Throsby, só figuravam como trabalhadores das artes os que já tivessem alcançado algum reconhecimento profissional nos últimos anos (entre 3 e 5 anos), seja na forma de trabalhos publicados, exibidos ou de algum modo apresentados (como *performer*), na criação de um corpo substancial de trabalho como profissional artista; ou na forma de proventos pelo trabalho como artista.

Em síntese, o trabalho artístico envolve certo grau de manipulação de bens simbólicos, o que também levanta a questão do talento e da criatividade, de um lado, e o da institucionalização de espaços que permitam o florescimento desse talento e, mais importante, de seu reconhecimento (um exemplo de como ocorre alterações institucionais em um setor – neste caso o de

pintura – afeta o trabalho de seus artistas pode ser encontrado em Galenson, 2000b). É um trabalho de tipo “imaterial” (Negri e Lazzarato, 2001), para o qual são importantes fluxos de comunicação, redes e a manipulação de subjetividade. Tese semelhante pode ser encontrada em Gorz (2005) e, mais especificamente no caso dos trabalhadores da cultura, em Towse (2006), quando esta discute a importância do “capital humano” nos mercados de trabalho artísticos.

3.2. Aspectos econômicos e ocupacionais do setor cultural

3.2.1. Mudanças históricas no status social da profissão “artista”

Normalmente o trabalho do artista é rodeado por uma áurea romântica. Nessa visão, o artista é o tipo de gênio criativo interessado apenas na realização mais sublime de suas obras, maximizador exclusivo de valor cultural (Throsby, 2001a). Ele nasceria com o talento que o tornaria conhecido, quase pairando acima dos demais mortais. O Renascimento foi certamente um precedente nesse sentido, pois com ele os artistas passam a ter um status social mais elevado do que o do trabalhador manual, ou artesão (Moulin, 1997).

Para Kris e Kurz (1987), a temática da “biografia individual” alimenta a representação social do artista, juntamente com a idéia de que todo artista é alguém que vive às margens da sociedade estabelecida, pois não aceita se submeter às normas comuns, e de que, mediante sua obra, comunica-se de alguma forma com o “Criador”. Moulin (1997) vai mais longe ao afirmar que os artistas reinterpreta seu eventual “insucesso” (profissional, acadêmico etc.) como “sinal” de sua vocação para ser artista e, como tal, “diferente” das demais pessoas.

Ora, estudos mostram que, como qualquer outra profissão, a de artista também é aprendida, portanto, dependente de processos de socialização e que se trata de um mito a crença no artista como “gênio solitário” (Wisberg, 1986), impingido por um dom e levado a uma precocidade vocacional devido a seu talento inato (Kris & Kurz, 1987). Além disso, segundo Filer (1986), a imagem comum do profissional que trabalha na cultura como um “artista esfomeado”, ou que se mantém-se na profissão “por amor” ou “por vocação” (Freidson, 1986; 1990), também não se sustenta na vida real. Usando dados de um Censo de 1980, Filer mostra que os artistas não aparecem como grupo de profissionais ganhando menos do que outros grupos, em outros setores, com igual nível de formação. Mesmo que, quase duas décadas depois, Menger

(1999) demonstre que esse quadro mudou bastante (com artistas ganhando menos, como grupo, comparado a outros profissionais às vezes com formação até inferior), fato é que na representação social do artista permanece ainda resquícios românticos.

Além do mais, a história mostra que a relação de artistas com sua arte e com o mercado nem sempre foram isentas de interesse. De um lado, sabemos ter havido historicamente a figura do mecenas, responsável pelo provimento de condições materiais para que o artista pudesse sobreviver (Moulin, 1997). Um exemplo é a relação dos artistas com a Igreja, que detinha o monopólio das artes. Após a revolução intelectual do Iluminismo, os mecenas dão lugar aos *marchands*. Conforme destaca Reis (2007), nos anos 1870-1880 instaura-se nova relação entre arte e economia, pois o *marchand* incorpora o empreendedor em busca de rupturas, o artista independente que tenta subsidiar sua própria arte propondo modelos inovadores.

Isso significa que a primeira inversão na relação arte-economia ocorre pela disseminação do espírito empreendedor, contagiando o ambiente empresarial e de negócios bem como o da cultura. Assim, prossegue Reis (2007), com o passar do tempo a imagem romântica do artista desprovido de interesses materiais ou econômicos vai pouco a pouco desvanecendo, surgindo em seu lugar uma dimensão material complementarmente à dimensão criativa, criadora, puramente artística.

Na atualidade, surge o conceito de classe criativa e de profissional criativo (Florida, 2002). Considerado como um dos “profetas” da economia criativa, Florida defende que uma nova classe composta por pessoas dispostas (e pagas) a desenvolver um trabalho criativo, tais como cientistas, engenheiros, artistas, músicos, desenhistas e profissionais que atuam com base em seu conhecimento e talento individual, tem um elevado potencial transformador da sociedade.

Para comprovar sua tese, Florida organiza indicadores que mostram o suposto impacto da classe criativa sobre a economia e a sociedade. Apresenta conceitos como os de “capital criativo”, tecnologia e “tolerância” (na medida que esta atrai pessoas de diferentes perfis e estes maximizam as idéias criativas). Daí sua tese ser a de que uma economia será tão ou mais competitiva do que outra na medida em que conseguir propiciar um bom ambiente tecnológico, atrair os talentos criativos e assegurar a tolerância. Florida criou um banco de dados no qual é possível comparar países em função dos critérios que definem a classe criativa (tecnologia, talento e tolerância).

Vale lembrar que, em termos mais amplos, a emergência da “classe criativa” depende da emergência da própria economia criativa, outro tema a despertar debates na atualidade, sobretudo devido a sua fluidez demarcatória e às dificuldades de dimensionamento do impacto sobre a economia como um todo.

3.2.2. Mercado de trabalho artístico

Estudos centram-se particularmente nas características do mercado de trabalho cultural (Throsby, 2001a; 2001b; Jeffri & Throsby, 1994; Filer, 1986; Karttunen, 1998; Rengers, 1998; Alper & Wassall, 1998; Galenson, 2000a; 2000b). Metodologicamente, tais estudos baseiam-se em tabulações especiais a partir de dados de censos nacionais, apesar de em geral reconhecerem as limitações dessa forma de coleta de dados, notadamente a dificuldade de esses censos captarem as peculiaridades do mercado de trabalho cultural, como o fato de muitos de seus membros conduzirem carreiras artísticas e carreiras não-artísticas simultaneamente (algo que se aproxima muito do conceito de carreiras sem fronteiras, como veremos no próximo item) e o fato de existirem modelos de escolha profissional no meio cultural distintos dos tradicionalmente observados nos setores não-culturais (por exemplo, o tipo de satisfação buscada; os fatores motivacionais; a relação com o dinheiro e o sucesso; as fronteiras entre lazer e trabalho; entre outros).

Adicionalmente, os censos são apontados como contendo dados muito agregados, o que também dificulta a identificação de carreiras específicas. Por essa razão, novas técnicas de coleta de dados vêm sendo propostas, como uso de bases de dados de associações/sindicatos de artistas (no caso das profissões bastante sindicalizadas ou formalizadas), especialistas em arte (capazes de julgar o valor e o trabalho de artistas), e técnicas qualitativas (Alper & Wassall, 2006; Throsby, 2001b). Apesar dessas limitações, uma massa de pesquisas endereçadas ao mapeamento de características econômicas, sociais e psicossociais do mercado de trabalho do setor das indústrias culturais e criativas.

Por exemplo, Throsby (2001b), partindo na realidade dos artistas australianos, identifica quatro características dos profissionais da cultura no mercado de trabalho daquele país. Primeiro, que há uma predominância de trabalhadores em tempo parcial. Isso ocorreria por escolha do próprio artista (eventualmente para poder conduzir outra carreira, inclusive fora do

mercado de trabalho cultural), ou por falta de oportunidades no mercado para um emprego de tempo integral e de ganhar uma renda compatível com as próprias aspirações. Segundo, há expressivas distorções salariais. Terceiro, uma importância menos acentuada de treinamento para a conquista de sucesso profissional. E, quarto, maior grau de incerteza quanto às recompensas esperadas da profissão. Complementando este último ponto, Towse (1992) destaca que os artistas tendem a entrar no mercado de trabalho da cultura porque hiper-estimam a probabilidade de sucesso futuro.

Semelhantemente, para citar uma síntese contida em um importante artigo de revisão sobre o mercado e a carreira artísticas, Menger (1999) destaca algumas características mais comuns observados no setor. Primeira, os artistas, enquanto um grupo profissional são, na média, mais jovens do que a força de trabalho geral; segunda, mostra taxas mais elevadas de auto-emprego; terceira, níveis mais altos de desemprego e de diversas formas de sub-emprego (trabalho em tempo parcial; trabalho intermitente; poucas horas de trabalho por semana); quarta, os artistas têm uma tendência maior do que a população ativa em geral a ter dois empregos ou mais ao mesmo tempo. Em termos salariais, os artistas ganham menos do que os trabalhadores em categorias ocupacionais comparáveis em termos de capital humano. Além disso, as curvas de ganho são muito discrepantes no mundo cultural, tendendo a uma distribuição salarial bastante desigual.

Nessa mesma direção, Alper e Wassall (2006) realizaram uma pesquisa na qual identificaram as características do mercado de trabalho cultural norte-americano de 1940 a 2000. Entre os achados, figuram o da elevação do índice de desemprego da categoria no período e o da diminuição do número de horas trabalhadas ao longo do ano. Menger (1999), por sua vez, afirma que no período de 1970 a 1990 aumentou em 127% o número de artistas na França, elevação superior ao observado no restante da força de trabalho. Esse autor mostra a paradoxal existência de um crescimento (de uma hiper-oferta) no número de trabalhadores no setor cultural ao mesmo tempo em que a demanda por esses trabalhos não cresceu na mesma proporção.

Na Inglaterra, coerente com a política de desenvolvimento segundo a qual as indústrias criativas são uma prioridade do governo, os mapeamentos sobre trabalhadores culturais tornaram-se uma prioridade. O Arts Council England (ACE, 2004) definiu o artista como uma de suas cinco prioridades, comprometendo-se a desenvolver o ambiente necessário para apoiar o desenvolvimento dos trabalhadores criativos. Em um estudo de 2003 do ACE, o artista é

considerado aquele que possui uma atividade cultural como primeiro ou segundo trabalho principal ou que, apesar de desempregada no momento da pesquisa, tenha exercido alguma vez uma atividade cultural.

O'Brien e Feist (1995) realizaram uma pesquisa sobre emprego nas indústrias culturais a partir do Censo de 1991, na Grã-Bretanha. Partindo de uma análise ocupacional e setorial, esses autores descobrem que o trabalho cultural prolonga-se em várias ocupações profissionais e atividades industriais. Como consequência, na Grã-Bretanha, entre os indivíduos envolvidos no setor cultural, 25% trabalham na indústria cultural com ocupações culturais; 40% têm ocupações culturais fora das indústrias culturais; e 35% trabalha nas indústrias culturais sem possuir ocupações culturais.

Moulin (1997), referindo-se ao caso francês, destaca que os artistas são uma classe cujo recrutamento se faz, majoritariamente, nas classes sociais mais elevadas, com uma porção importante proveniente de famílias cujos membros foram igualmente artistas ou tinham profissionais relacionadas às artes. A maioria dos artistas pesquisados no estudo de Moulin receberam uma formação artística. Não há discriminação sexual nesse mercado, apesar de as chances de sucesso variarem significativamente em função de se homem ou mulher. Outra característica refere-se à idade do contingente que trabalha nesse setor: segundo Moulin, há uma tendência (a referência do autor são as artes plásticas em específico) de se encontrar profissionais mais velhos. Enfim, uma última característica é que a maioria dos artistas concentram-se em grandes regiões metropolitanas. Na amostra usada por Moulin, quase 50% dos artistas haviam nascido em Paris.

3.2.3. Características do setor e seus impactos ocupacionais

Predomina no setor, de um modo geral, empregos casuais/contingentes (instáveis, descontínuos). Segundo Menger (1999), esse tipo de estrutura ocupacional responde à cultura de *flexibilidade* que impera no setor. Por sua vez, essa flexibilidade ocorre devido ao elevado índice de *mudança* observado nas atividades culturais, a qual é impulsionada por quatro fatores. Primeiro, pelo fato de os produtos artísticos serem frequentemente concebidos como protótipos e de seu valor de mercado depender de sua originalidade e de uma diferenciação mais ou menos pronunciada. Como destaca Caves (2000), os produtos culturais são concebidos em uma mistura de diferenciação vertical e horizontal: de acordo com ambas estas carac-

terísticas, os bens culturais são concebidos como únicos (fazendo do artista um “monopólio”) mas, ao mesmo tempo, são facilmente substituíveis entre si (o que leva a uma competição monopolística uma vez que a diferenciação ocorre num contínuo).

O segundo fator subjacente ao elevado índice de mudanças nos bens culturais é a combinação de atividades necessária para produzir um filme, música ou ópera. Com isso, tais empreendimentos envolvem um grande número de ocupações artísticas diferentes, com seus respectivos profissionais. Estes últimos, mesmo antes de terminar um trabalho/projeto, já estão envolvidos em outros. Muitas vezes a atividade não ocupa senão algumas horas ou dias. A cada nova atividade, um novo desafio, fazendo da carreira (e da vida) desses profissionais/artistas um jogo contínuo de enfrentamentos de novas e mutáveis situações.

O terceiro fator é que os gostos dos consumidores mudam sem uma lógica pré-definida. Isso é verdade especialmente em relação aos filmes, livros, novelas e outros bens dirigidos para o grande público (*blockbusters*). Como consequência, o público consumidor de bens culturais exerce uma pressão para a inovação constante. Por fim, um quarto fator tem a ver com o fato de a incerteza ser intrínseca ao processo criativo.

Assim, a incerteza, na visão de Menger (1999), deve ser considerada como uma verdadeira condição das rupturas promovidas pela inovação no setor, permitindo um monopólio temporário a um ator/artista como também lançando-o em um contexto de ameaças. Como consequência destes fatores, continua Menger, é que no setor cultural predominam relações de trabalho de curto prazo ou sub-contratual.

Do ponto de vista organizacional, essa estrutura de empregos flexíveis, baseados em contratos de curto prazo e emprego contingente (como se houvesse uma “massa de manobra ocupacional”, um *pool* de artistas sempre à disposição), permite às empresas do setor diluírem seus riscos. Num contexto de desintegração vertical da produção artística, essas organizações tendem a transferir para o próprio artista (ou para firmas independentes), isto é, para o *indivíduo*, os riscos envolvidos na produção artística em questão.

Adicionalmente, empregadores em organizações baseadas em projetos (Faulkner e Anderson, 1987) preferem manter e recorrer a um amplo *pool* de artistas a fim de aumentar suas chances

de compor equipes eficientes, pois eles ganham com a variedade e diversidade de talentos, habilidades e experiências, disponíveis naquele *pool*.

Conforme demonstraram Faulkner e Anderson (1987) em um estudo sobre o sistema de contratação e empregos em Hollywood, o relacionamento entre um empregador e o artista *freelancer* baseia-se em um processo de “combinação” (*matching*), onde cada um dos lados da relação mantém processos de interdependência, os quais são descontinuados tão logo o projeto em questão termine. Se desta relação surgirem frutos, ela poderá manter-se, mas não há garantias de antemão.

Um outro fator da indústria cultural se soma às conseqüências da alta flexibilidade. Diferentemente de outras carreiras em outros setores, quando o empregado possui, de antemão, informações o suficiente para embasar suas decisões, no setor cultural o mesmo não se verifica: às vezes o indivíduo precisa passar por diversos empregos ou atividades até formar uma opinião consistente sobre quais caminhos seguir, quais projetos investir suas energias (e, portanto, firmar sua identidade). Com isso, muitos indivíduos aceitam trabalhar por salários mais baixos ou em situações precárias para “ganhar experiência” e tornar-se “visível” a potenciais contratantes (Menger, 1999).

Nesse cenário, o artista-*freelancer* revela-se como um *empreendedor*. Como complementa Menger (1999), nunca o sucesso de uma carreira é garantido. Os artistas dependem de habilidades bem como de oportunidades que lhes abram as portas para projetos desafiadores que os permitam obter mais conhecimentos e recompensas. O “valor de mercado” de uma carreira artística depende de reputação. Tratam-se de carreiras em que o vínculo, o comprometimento, é antes com o “nome próprio” do que com uma organização em particular. Esta faceta da carreira artística a aproxima do conceito de carreira sem fronteiras, como defendemos neste relatório. Senão consigo mesmo, o comprometimento do artista é com sua comunidade (de artistas), mas não com a organização/empresa que contrata com seus serviços. Menger sugere que os artistas sejam comparados, metaforicamente, a “empresas individuais”. São carreiras, para parafrasear Weick e Berlinger (1989), “auto-desenhadas” ou não-lineares (os autores referem-se, originalmente, a “organizações auto-desenhadas”).

3.2.4. A situação brasileira

No Brasil, o mapeamento das ocupações culturais sofre com a escassez de dados. Iniciativas recentes têm tentado preencher essa lacuna. A primeira é o relatório produzido pelo IBGE no qual constam indicadores da atividade cultural no país (IBGE, 2006). A segunda são estudos acadêmicos, dos quais já citamos o de Silva e Araújo (2003), na introdução.

De modo recapitulativo, Silva e Araújo (2003) constatam que “O setor cultural movimenta recursos de grande magnitude e, portanto, tem capacidade significativa de geração de empregos e renda; além disso, a importância da cultura no dinamismo econômico da sociedade moderna a transforma em uma variável econômica importante, sobretudo pelos impactos que gera em diversos setores da atividade” (pp. 291-292).

O estudo de Silva e Araújo é bastante rico pelo inventário que fazem das características ocupacionais do setor no país. Baseados nos Registros Administrativos de Informações Sociais (RAIS), os autores chegam às seguintes conclusões: apenas 60% das profissões culturais são formais no Brasil, o que dificulta as tentativas de mapeamento desse estrato profissional. Segunda, o setor tende a pagar um salário acima da média comparativamente aos outros setores econômicos, provavelmente em resposta ao maior nível de escolaridade ali observado.

Terceira característica: há no setor cultural brasileiro maior incidência de dupla carreira, maior instabilidade nos vínculos empregatícios, dupla jornada de trabalho e atividades de curta duração. Quarta, as atividades culturais são predominantemente masculinas. Quinta, trabalhadores com menos de 40 anos são o maior contingente de trabalhadores na cultura. Sexta, apenas 10% dos trabalhadores da cultura têm nível superior completo (no mercado formal não-cultural o índice é aproximadamente o mesmo). Por fim, uma última característica, semelhante ao observado em outros países, é a elevada concentração (quase 40%) das atividades culturais em duas regiões metropolitanas, São Paulo e Rio de Janeiro.

Merece, por fim, destaque a ação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que em 2003 promoveu um mapeamento dos artesão e grupos de ofícios que por séculos dominaram modos e saberes da cultura popular mineira e que, pela falta de recursos, de estímulos e de canais de distribuição para seus produtos no mercado, vinham abandonando

sua produção, o que representa perda do saber e das técnicas acumuladas e interrupção do processo de socialização de novos artesãos nessas carreiras (Sebrae/MG, 2003).

3.4. Carreira no mundo das artes

3.4.1. Carreiras sem fronteiras e âncoras de carreira: uma estratégia possível

Como destacado nos estudos anteriormente selecionados, em termos de carreira, o setor cultural parece mostrar tendência em relação ao emprego por conta própria (Menger, 1999; Moulin, 1997; Throsby, 2001b), ou seja, um tipo de vínculo profissional no qual o profissional não depende de uma organização para lhe prover um “cargo” – situação mais típica dos trabalhadores dos outros setores da economia, com carreiras “lineares”. Essa é uma das constatações, dentre tantas fontes, do relatório do Arts Council England, que também constata que, dependendo do setor das indústrias criativas considerado, seus profissionais podem experimentar períodos mais longos de desemprego comparativamente aos setores econômicos tradicionais (ACE, 2004). Esse fato pode aproximar as carreiras do setor do conceito de *carreiras sem fronteiras* (Arthur e Rousseau, 1996), conceito que discutiremos em seguida.

Carreiras sem fronteiras é um conceito que visa a se opor ao conceito de carreiras organizacionais – concebidas como o desdobramento em um emprego fixo no enquadre de um cargo organizacional. Emergem da constatação de que os empregos em seu sentido industrial tradicional regridem significativamente na economia dita pós-industrial.

Em termos específicos, essas carreiras significam que: a) as carreiras agora movem-se ao longo de fronteiras de diversos empregos: por exemplo, um professor universitário, cuja carreira pode ser desenvolvida em várias instituições ao mesmo tempo (exemplo dos “professores horistas” ou “seletistas”); b) as carreiras obtêm sua validação – ou empregabilidade – fora do emprego atual (novamente no exemplo do professor, de um título de doutorado ou pós-doutorado, e não do emprego em que está atualmente); c) as carreiras são sustentadas por uma rede externa de relações e informações; d) as carreiras tradicionais, com sua fixação na linearidade hierárquica, esfacela-se, dando lugar a crescimentos e ascensões independentemente de cargos.

Vistas em conjunto, essas características das carreiras sem fronteiras apontam para a independência de seu detentor de uma organização em específico. Sua vida profissional, o sentido que ele lhe dá, estão de algum modo preservado das organizações em que se vinculem provisoriamente. Para conseguir esse potencial auto-controle da própria carreira, o indivíduo deve contar com algumas competências essenciais.

A primeira delas é a competência de conhecer as razões e os motivadores intrínsecos de suas escolhas. Ao invés de delegar à organização os rumos da carreira, o indivíduo assume para si a responsabilidade das decisões crítica a tomar em benefício próprio. Denomina-se de competência *know-why* a essa capacidade de reflexivamente conhecer as principais forças impulsoras das escolhas profissionais (Arthur e Rousseau, 1996). Jones (2002) observa que, no caso das carreiras no setor criativo ou cultural, essa competência é essencial tendo em vista que são os próprios artistas que devem definir seu sucesso e suas próprias identidades em função de adesão a um e não a outros tipos de projetos. Além disso, prossegue Jones, a diferenciação é uma característica-chave do setor, e tal atributo depende de uma clareza sobre a própria identidade.

Uma forma complementar de conceber a competência *know-why* está contida no conceito de âncora de carreira, proposto por Schein (1993). Refere-se aos componentes mais profundos da personalidade individual que dão ao indivíduo a razão, o motivo, de ele fazer as escolhas que faz.

Como destacamos na introdução, Schein identifica oito dessas âncoras, as quais compreendem aspectos como empreendedorismo (quando o indivíduo orienta sua carreira – seu *know-why* em função de desafios constantes e atividades inéditas); estilo de vida (quando aspectos de qualidade de vida e auto-expressão falam mais alto); desafio puro (quando o que importa para o indivíduo é a radicalização da incerteza e da possibilidade de inovar); serviço e dedicação (o importante é ajudar as pessoas, dedicar-se a uma causa “superior” aos interesses financeiros de um emprego); gerir pessoas (quando a grande energia provém de liderar, resolver conflitos e gerar coesão em grupos); autonomia (quando o foco é na liberdade de escolha e na ausência de chefes diretos); segurança no emprego (o importante é estabilidade e previsibilidade); e competência técnico-profissional (cujo foco é no desenvolvimento de uma imagem de excelência profissional em determinado campo de atuação).

Na perspectiva que estamos trabalhando neste projeto, supomos que as carreiras no setor cultural tendem a exibir indivíduos orientados por “estilo de vida” (Reis, 2007; Throsby, 2001b); “autonomia”; e “empreendedorismo”. O conceito de âncoras de carreira nos ajudará a mapear qualitativamente a competência *know-why*.

A segunda competência essencial às carreiras sem fronteiras é denominada de *know-how* (Arthur e Rousseau, 1996). Trata-se aqui dos recursos pessoais, cognitivos, afetivos e técnicos capazes de habilitar o indivíduo para a realização de seus desejos ou alvo de carreira (seu *know-why*). No caso dos profissionais da cultura, talvez essa competência tenha a ver com capacidade criativa, talento para criação, inovação e sensibilidade para transformar idéias abstratas em objetos/bens ou serviços de alto valor simbólico agregado.

Por fim, a terceira competência, *know-whom*, refere-se à necessidade de o profissional “sem fronteiras” contar com o apoio de redes sociais para o alcance de seus objetivos profissionais. Pelas evidências teóricas de que dispomos, essa competência é essencial aos profissionais da cultura, que dependem de fluxos de relações não só para se fazerem conhecidos como também para fazerem fluir suas obras (pois, como defendem Negri e Lazzarato, 2001), o trabalho imaterial (ou criativo) depende de fluxos de relação, de “subjetividades coletivas” de suporte. Também encontramos na literatura o conceito de “comunidades criativas”, “ecologia criativa” (Flew, 2002) “clusters criativos” (Reis, 2007) em referência ao aspecto coletivo do trabalho cultural e artístico (Shorthose e Strange, 2004).

3.4.2. Aspectos psicossociais da carreira artística

Para complementar a discussão anterior sobre as características ocupacionais do setor cultural, destacaremos nesta seção algumas características psicossociais das carreiras artísticas. A primeira delas refere-se aos motivos que levam alguém a desejar ingressar no mundo artístico, com sua identidade associada a uma carreira artística. A segunda é sobre os tipos de carreiras observadas tipicamente no setor. A terceira são as estratégias comumente utilizadas pelos artistas na construção e condução de suas carreiras em um ambiente altamente instável e flexível.

3.4.2.1. Motivos da escolha profissional

Amor e arte-pela-arte

Menger (1999) levanta a questão (assim como Benhamou, 2007) como os indivíduos, mesmo conhecendo as características peculiares do setor cultural (distribuição de renda desproporcional; instabilidade; trabalhos altamente fragmentados; chances de sucesso em alguns casos completamente ilegíveis; riscos elevados; salários menores do que os observados em outras ocupações com pessoas com nível de capital humano equivalente, etc.), optam por dele fazer parte, desenvolvendo uma carreira artística. Fato é que, ainda conforme Menger, há uma “hiper-oferta” de mão-de-obra no setor cultural. O autor, que não está sozinho (por exemplo Throsby, 2001a; Moulin, 1997), arrola algumas explicações dos motivos de escolha pela carreira artística.

A primeira recorre à imagem, já sinalizada anteriormente, do “trabalho por amor” (Freidson, 1990). Nela se insiste que o comprometimento ocupacional e a auto-realização no campo das artes não dependem de reconhecimento monetário, mas sim do valor percebido em atividades que criam valor social mediante o trabalho encabeçado pelo artista. Essa idéia é próxima de uma outra, analisada por Kris & Kurz (1987), de que o artista é motivado por uma noção de “chamado” ou “vocação”, a qual funcionaria como uma “força interior” (Jeffri & Throsby, 1994). Há também, prossegue Menger (1999), a ideologia do “pelo bem da arte-pela-arte”, quando somente o reconhecimento pelos pares é o que importa (e não o sucesso material) – pelo menos no mundo da *high-art*.

Imagem do artista

Uma outra explicação recorre a fatores culturais mais amplos, como a tradição de pensamento que separa trabalho de emprego, ou que esfumaça as fronteiras entre trabalho (como ocupação) e vida privada. Essa veia histórica ganhou corpo com o modelo expressionista inspirado pela filosofia Hegeliana e que culminou no conceito de sujeito cunhado por Marx. Neste modelo, a auto-realização humana ocorre mediante um trabalho criativo que derrube a separação entre trabalho significativo e trabalho alienado. Este último é um trabalho-ocupação

determinado por ritmos precisos de tempo e movimento e que culmina em uma rotina despersonalizante.

Essa perspectiva ganha enlevo com os trabalhos de Hannah Arendt, para quem o trabalho (diferentemente do emprego), possui um componente não-utilitário, que faz da realização humana algo mais elevado que a simples batalha pela sobrevivência, no reino da necessidade. Nessa direção, Freidson (1986) sugere que a profissão artística representaria um desafio às concepções convencionais sobre trabalho, na medida em que se trata de um “trabalho por vocação”, o qual exige intenso desenvolvimento de competências, qualificações complexas e comprometimento mas que nem sempre é acompanhado de recompensas financeiras. Menger (1999) aponta que a idéia de uma confusão de fronteiras entre ocupação e vida privada é uma *rationale* que acompanha, culturalmente, a escolha pela carreira artística. Nesse sentido, o artista faria uma distinção fraca entre trabalho e não-trabalho; entre “fazer o que se deve” e “fazer o que gosta”; entre tempo de trabalho e tempo de lazer.

A representação social do artista, como vimos em seções anteriores deste texto, apela ainda para arquétipos poderosos. Moulin (1997) cita que, após o Renascimento, o artista foi associado a um “*alter deus*”, progressiva e irreversivelmente diferenciados dos artesãos que, na Idade Média, constituída um modelo profissional e corporativo. No arquétipo do “*alter deus*”, o artista já não é um artesão, mas um criador. Ao mesmo tempo, a própria obra de arte é concebida aristocraticamente, como algo único e insubstituível – o artista produz o “sublime” com suas obras. Moulin comenta que esta é a origem das modernas representações sociais do artista como alguém cuja identidade é de um ser inspirado, soberanamente livre. Não há dúvida de que esse tipo de arquétipo ou representação ainda exerce fascínio nos indivíduos, mediante processos de socialização que transportam esses valores e ideais.

As seduções da incerteza e da “abertura infinita”

Outra explicação para a escolha pela carreira de artista é seu elevado grau de incerteza. Nessa linha, os artistas adorariam assumir riscos. Numa ocupação em que os maiores salários estão nas mãos de um pequeno grupo, descreve Menger (1999), os iniciantes absorvem um elevado grau de incerteza e risco. Entrar nesse campo assemelha-se, em grande medida, a um “jogo de loteria” em que a expectativa é ganhar muito – ao mesmo tempo em que há possibilidades de não se ganhar nada, ou quase nada, vivendo em situação de penúria profissional. O que deci-

diria o ganho, e não a perda? Um possível “erro de estimativa” sobre as chances do sucesso, hiper-estimando o peso desempenhado pelo talento e competências pessoais, contra o fato de que a estrutura ocupacional como um todo apresenta imperfeições.

Diferenças de talento, como pontua Stinchcombe (1986), refletem em diferenças desproporcionais nos ganhos apenas em setores, atividades ou posições nas quais o resultado final é desproporcionalmente beneficiado com a diferença de talentos. Exemplo são os mercados conhecidos como de alta performance, onde “o vencedor leva tudo” (celebridades de televisão; jogadores de futebol; modelos; etc.); pesquisa científica, e performances “solo” em funções como a de concertos de violino. No mundo artístico/cultural, há idiossincrasias no próprio processo de avaliação dos talentos (e da arte), de sorte que há grandes inflexibilidades, assimetrias e imperfeições, tornando o sucesso profissional na área ainda mais incerto.

Cada “mundo de arte” (Becker, 1982), constituindo-se uma comunidade de pares, concorrencial, com valores, preferências e interesses variados, decide igualmente os parâmetros sob os quais se avalia o “valor” que o trabalho de um artista terá. Para agravar o quadro, tal concorrência ocorre sob horizontes, digamos, “infinitos”, pois continuamente uma inovação, uma novidade, podem mudar os padrões de comparação e julgamento. E isso é intrínseco à própria arte, na medida em que ela vive de renovação – de colocação contínua de novos movimentos artísticos, os quais se institucionalizam mas logo depois são “questionados” por outros, e assim indefinidamente (Moulin, 1997).

Uma explicação adicional para a escolha por esta carreira, tal como destacada por Menger (1999), aponta para o campo das recompensas da escolha pela carreira artística. Há dois tipos de recompensas: a primeira, mais óbvia, são as recompensas monetárias; a outra são recompensas não-monetárias, ou “fluxos de ganho psíquico”. Menger destaca que pesquisas com artistas empregados em organizações (e, portanto, enquadrados em um esquema tradicional de trabalho: com salário fixo e outros benefícios) e artistas independentes mostram que estes últimos obtêm um nível bastante elevado de recompensas não-monetárias e um ganho médio mais baixo do que os artistas assalariados. A explicação para isso é de que trabalhos, cujos resultados são pouco previsíveis, como é o caso do trabalho artístico, têm uma probabilidade maior de realçar a sensibilidade para ganhos não-monetários.

A última explicação, derivada do trabalho de Hirschman (1986), parece ser a preferida de Menger (1999). De acordo com ela, a auto-realização no trabalho, “que torna a atividade artística tão atraente, ocorre somente se o resultado é imprevisível. As possibilidades de intervenção pessoal são amplamente abertas, e, ao mesmo tempo, o artista nunca está certo de que ele se expressará em seu trabalho como ele realmente gostaria” (p. 558). Em síntese, para Menger os dois fatores decisivos para a escolha da carreira artística é a possibilidade de este trabalho ser não-rotineiro e as gratificações psíquicas ou não-instrumentais oriundas do grau de incerteza quanto ao sucesso. Pois quanto mais um trabalho é não-rotineiro, mais aumentam as zonas de incerteza sobre as realizações do indivíduo por meio dele.

Ao mesmo tempo, a incerteza exerce um outro fascínio nesse campo. Um trabalho não-rotineiro demanda também altos níveis de aprendizagem, porém de um tipo bem específico: uma aprendizagem “em campo”, que ocorre à medida que o indivíduo se lança a seu trabalho. Situações novas, não previsíveis de antemão, implica que as habilidades, o talento e as competências individuais vão sendo reveladas assim que situações de trabalho são enfrentadas com sucesso.

O talento, nesse sentido, não é uma propriedade pura e simplesmente inata; sua manifestação depende do confronto com a realidade fragmentada, incerteza ou imprevisível do trabalho artístico. É por essa razão que alguns artistas dizem preferir a prática ao conhecimento formal (sobretudo quando eles não o têm realmente). É possível ser bem-sucedido no setor sem treinamento prévio – um exemplo são os escritores, para os quais ter uma faculdade ou certificado de “artista” desempenha um papel menor.

Muitos artistas definem-se como “autodidatas”, mesmo em ocupações para as quais um treinamento formal teria boa serventia (Moulin, 1997). Portanto, um outro atrativo para a escolha em questão é que, ao lançar-se em um trabalho desse tipo, o próprio indivíduo se descobre, se “forja” e se revela para si mesmo e para os outros. Talvez pelo fato de, em alguns casos, a aprendizagem nunca ter fim, alguns artistas mantêm por muito tempo a esperança de que eles se tornarão famosos, mesmo depois de mortos.

3.4.2.2. Tipos de carreira artística

De acordo com Moulin (1997), há dois tipos de carreiras artísticas: a carreira acadêmica e a carreira independente. Primeiro, faremos uma rápida revisão histórica de ambos esses tipos de carreira e, num segundo momento, falaremos sobre sua legitimidade atual como possibilidades distintas de carreiras abertas aos artistas.

Rápido retorno histórico: da arte pela arte à aliança entre arte e economia

A história da carreira acadêmica remonta aos séculos dezesseis e dezessete, quando os artistas fundaram importantes academias na Itália e na França. A academia de Luis XIV foi, de acordo com Moulin, decisiva para o estabelecimento da pintura e da escultura como “artes liberais”, distintas do artesanato e do comércio. Tais academias se encarregavam da educação/formação dos artistas, dos processos de credenciamento e dignificações, e do controle da produção artística do período pré-Revolução Francesa. Elas começam a perder prestígio quando já não podem mais ser as detentoras exclusivas das novas tendências.

No século XIX as academias viram seu poder abalado pelas concepções individualistas dos românticos e pela nova imagem social do artista. Quer dizer, as academias são afrontadas pela “ideologia carismática” do artista, fortemente defendidas pelos românticos e levada a seu cume pela ideologia da “arte-pela-arte”. Os novos artistas passam a questionar a rigidez das academias. Nesse processo, destaca Moulin (1997), o mercado passa a desempenhar um papel essencial de promotor da modernidade artística, na medida em que constitui um sistema concorrente face à organização da vida artística.

Enquanto os artistas acadêmicos faziam carreira à maneira dos altos funcionários da burocracia estatal, os artistas independentes opõem à arte tradicional dos primeiros uma arte definida por sua vontade de ruptura. Ponto essencial, a excelência não se confundia mais com a perfeição canônica das academias, mas com a novidade, e a estética da prioridade suplanta a da imitação. A arte da novidade é uma arte pela arte, ou seja, pela comunidade artística. O artista passa a recusar qualquer outro tribunal de julgamento de sua obra que não sua própria consciência. Porém, destaca Moulin (1997), esse novo tipo de ideologia só pode se sustentar às custas de um mercado que “aceite” essa definição de arte e da arte específica de um artista.

E, de fato, o mercado parece ter respondido, mudando a forma de relacionamento entre arte e economia no período compreendido entre 1870 e 1880. Contra o negociante de tipo tradicional, o *marchand* que “negociava de tudo e não fazia nada”, opõe-se o empreendedor schumpeteriano, inovador, levantador de fundos, tomador de riscos. O mercado passou a intervir ao nível da obra a fazer (e não no da obra feita, como no esquema de mecenato), mediante a figura do *marchand*. Além disso, o próprio artista transforma-se em um empreendedor cuja principal responsabilidade é “entender o mercado” e lhe atender com a produção de suas obras. Como diz Moulin (1997): “O empreendedor ‘inovador’ é um novo tipo de *marchand* que se afina com a estética da renovação contínua e que contribui para criar uma demanda para suas obras na ruptura com o gosto dominante” (p. 254).

Moulin (1999) sugere pensar na carreira do artista independente com o enquadre conceitual do interacionismo: o artista negocia o reconhecimento social de sua identidade de artista rejeitando todo critério de julgamento exterior à relação que ele estabelece em suas redes sociais. Nasce no século dezenove uma relação heterogênea entre arte e mercado, na qual a arte é constantemente destruída, “assassinada”, ao mesmo tempo em que se questiona o mercado, num processo de contradição entre dois sistemas irreduzíveis, o da cultura e o da economia. Maio de 1968 foi um momento precisamente no qual houve o questionamento simultâneo de ambos esses sistemas. A consequência foi o esfalecimento dos critérios, dos sinais, de reconhecimento do “quem sou eu” artista (refletindo nas dificuldades que mencionamos anteriormente sobre as pesquisas com artistas).

Vias atuais da carreira artística

Moulin (1997) observa que a carreira acadêmica, quer dizer, dos que se situam nessa tradição e se consideram como um prolongamento dela, são determinados hoje pelo mercado. Na prática, o sistema acadêmico ruiu em 1968. O sistema acadêmico baseava-se numa estrutura de reconhecimento rígida, a qual incluía formação, exposição em diversas exposições; a identidade do artista fixava-se no fato de “fazer as belas artes”. Ela oferecia um abrigo aos aspirantes a artista antes de eles serem confrontados com o princípio de realidade do mercado e das instituições culturais. No presente, esse seu papel institucional se vê diminuído, ao menos no contexto francês.

Em contrapartida, é o mercado o juiz final do valor da obra e do próprio artista. Com isso, esses artistas, no diagnóstico de Moulin (1997), tornam-se mais e mais produtores-vendedores. Vem seu trabalho em seu ateliê, a partir de contatos estabelecidos em sua rede de relacionamentos (Moulin refere-se especialmente aos pintores). Alguns associam-se a *marshands*, os quais se encarregam de “vender” o artista. O espectro é amplo: há, desde o artista amador que vende algumas telas numa exposição local, passando pelo artista acadêmico sobrevivente, que seguiu uma carreira tradicional (diríamos: com “fronteiras”), possuidor de um título (no caso de um pintor, de um *Prix de Rome*, por exemplo), até o “artista vedete”, cujo sucesso às vezes sobrevive à mudança dos humores da moda e, às vezes, não.

A outra possibilidade está no campo do artista independente. Neste caso, os artistas outrora notórios contestadores, agora tornam-se professores em escolas de arte. Um pouco diferente da visão de Menger (1999), que destacamos anteriormente, Moulin (1997) observa que, nos dias atuais, o aspirante à carreira artística (Moulin pensa, especificamente, no caso dos pintores), se aventurar por caminhos desconhecidos no mundo da arte, ação que tomariam há um pouco mais de dez anos atrás. As próprias escolas de arte (no caso francês) encarregam-se de, durante a formação, pôr o jovem estudante em contato com galerias e outros “outlets” para exposição de suas obras. Talvez evidência disso seja o fato de que os artistas (pintores) jovens conseguirem, como o demonstrou Galenson (2000), ver suas obras vendidas a um preço às vezes expressivo quando ainda muito jovens, diferentemente da geração de artistas/pintores que nasceram no início do século vinte.

Mais sintomático, conclui Moulin (1999), é que os atuais professores de artes não são recrutados entre os laureados com títulos do passado, mas sim entre aqueles que conseguiram se provar bem-sucedidos na articulação entre o campo cultural e o mercado de arte. Somado a outros fatores, como à “re-institucionalização” do campo da arte (revalorização dos diplomas, dos processos de formação, criação de um Conselho de Artes [na França]), um novo campo aberto aos artistas, no que Moulin chama de “nova oficialidade”, a qual se espalha pelo mercado internacional de arte, com uma carreira de artista internacional.

3.4.2.3. Estratégias de carreira no mundo artístico

Encerramos esse tópico dos aspectos psicossociais da carreira artística com um inventário de algumas estratégias possíveis para a “sobrevivência” no setor. Obviamente, dependendo do

sub-setor considerado (por exemplo, se artes plásticas, artes visuais, literatura, teatro, etc.), as estratégias podem mudar. No restante desta seção tocaremos apenas em algumas estratégias “genéricas”, tal como são encontradas na literatura sobre o tema.

Uma primeira estratégia é a diversificação (Menger, 1999). Para lidar com um setor fortemente instável, fragmentado e arriscado, o indivíduo pode, em vez de optar por uma seqüência fixa e irreversível de escolhas, alocar seu tempo em várias atividades correlatas. Na literatura sobre carreira, esta seria uma estratégia conhecida como “carreira-portifólio” (Templer & Cawsey, 1999). Nesse tipo de carreira o indivíduo justamente diversifica, não só sua alocação de tempo, como também as atividades suportadas por suas competências. Estabelece laços fortes e/ou fracos com diversas organizações. Ao fazer opções por certas atividades, consegue ainda manter alguma coerência e continuidade em um mercado de trabalho altamente fragmentado.

Nas carreiras profissionais não-artísticas, isso implicaria, por exemplo, em empregos em tempo parcial para uma ou diversas empresas ao mesmo tempo (professor / consultor / empregado em tempo parcial). Essa é, como observamos nos resultados de diversas pesquisas, uma estratégia comum no mundo artístico, repercutindo em artistas com dupla-jornada de trabalho, seja ou não em ocupações arte-relacionadas ou não-arte-relacionadas (Throsby, 2001a; Menger, 1999; Moulin, 1997; Wassall & Alper, 1992).

Outra estratégia de carreira implica em dois artistas associarem-se numa parceria cujos ganhos residem na complementaridade de competências ou identidades profissionais. Usando o exemplo da produção de filmes cinematográficos, especificamente do caso do diretor Pedro Almodóvar e seu irmão, Agustín, Alvarez & Svejnova (2002), propõem o conceito de “carreira simbiose”. Nesse tipo de carreira, o artista associa-se a outra pessoa, não necessariamente artista, para preencher lacunas – sendo as principais as deficiências de orientação administrativa. No caso de Pedro e Agustín Almodóvar, este último encarrega-se de todos os aspectos operacionais da produção dos filmes de Pedro, gerando benefícios para ambos.

A matéria-prima de uma carreira simbiótica é a confiança e a partilha de tarefas altamente diferenciadas e específicas. De um ponto de vista estrutural, propõem Alvarez & Svejnova, essa configuração interpõe-se entre o artista e o “mundo de arte” em que atua, seguido do mercado artístico em geral e, por fim, do contexto geral no qual estão encaixados. No caso da

indústria cinematográfica, a carreira simbiótica é freqüentemente observada entre diretores e produtores.

Outra estratégia, proposta por Moulin (1997), consiste, durante as restrições de um momento de ruptura com relação a um modelo de arte dominante (o exemplo do autor, repetimos, é a pintura), parcerias com outros artistas. Porém, tão logo o movimento se imponha como um novo ponto institucionalizado, os artistas voltam a usar estratégias individuais. Às vezes essa estratégia individual implica no “seguimento” da tendência em vigor. O problema, neste caso, é que essa estratégia não se sustenta a longo prazo, justamente pela razão apontada anteriormente, de que pode haver a proposição de uma nova institucionalização ou “modelo” artístico padrão.

Moulin (1997) destaca que, quando um artista não pertence à linha de vanguarda de artistas que propõem e questionam um padrão vigente, eles podem simplesmente desaparecer do mundo artístico, tamanha são as dificuldades que irão enfrentar para se estabelecer. Já os que conseguiram notoriedade no passado, apesar de também terem de passar por um “deserto de provações”, conseguem se manter, sendo uma alternativa a entrada como professores em escolas de artes.

Estratégias de contestação são outra possibilidade. Porém, Moulin (1997) destaca que elas são oportunas em momentos em que alguma ideologia política embasa um movimento de artistas com tendências estéticas diferentes, como ocorreu com o Maio de 1968. Ainda segundo esse autor, duas outras estratégias envolvem, no caso do artista-pintor, a redução do número de telas à venda (lei da oferta e da procura) e recorrer ao apoio do Estado. Na França, de fato, houve importantes avanços em matéria de proteção de artistas, a ponto de Moulin denominar a situação de “Estado de Bem-Estar Cultural”. O mesmo não se verifica em outros países, especialmente no Brasil.

Neste relatório, como enunciado em seus objetivos, procuramos analisar, nas experiências reais vivenciadas por artistas de diversos setores culturais, de que modo o conceito de carreira sem fronteiras, tal como descrito anteriormente, pode se revelar como mais uma estratégia de carreira no instável e fragmentado mundo cultural.

Seção 4

Metodologia

Propusemos dois objetivos nesta investigação, um quantitativo e outro qualitativo. O primeiro consistiu em realizar um mapeamento de um *core* de profissões criativas; o segundo, um estudo qualitativo sobre profissões criativas selecionadas dentro desse *core*. Cada um desses objetivos demandou desenhos metodológicos distintos: um quantitativo e outro qualitativo, respectivamente.

5.1. Desenho quantitativo

5.1.1. Visão geral

Como dissemos anteriormente neste projeto, entre os que pesquisam o mercado de trabalho cultural e as carreiras nele existentes deparam-se com o percalço das fontes de dados. Em um número da revista *Poetics* dedicado à questão, Karttunen (2001) destaca que a querela reside em torno de duas preferências de coleta de dados: censos governamentais ou *surveys* específicos conduzidos pelos próprios pesquisadores, em geral usando abordagem face-a-face com artistas. Throsby (2001b) discute as principais vantagens e desvantagens de cada um deles, combinando em sua própria pesquisa aspectos de um e de outro para obter informações sobre um *core* de profissionais da cultura na Austrália.

Entre as desvantagens de uma coleta de dados em fontes amplas, como a de um censo, podemos citar a de que esta metodologia não capta as características singulares do mercado de trabalho cultural (Karttunen, 2001; Throsby, 2001b; Reis, 2007), sendo a principal o fato de os profissionais culturais terem, em geral, mais do que uma carreira. Ocorre que nem sempre a ocupação principal é a cultural. Como o censo baseia-se na pergunta sobre qual a ocupação no momento da pesquisa ou de algumas semanas antes, pode ocorrer de, no momento da abordagem, um artista declarar, como ocupação principal, outra que não a artística, apesar de dedicar-se à arte em tempo parcial. Com isso, os números sobre ocupações artísticas podem estar sub-estimados nos Censos (Throsby, 2001b).

Em segundo lugar, a categorização do artista nos censos (em nosso caso, por exemplo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, PNAD, conduzida pelo IBGE) não distingue um artista profissional de um outro amador. Isso porque considera-se a própria auto-declaração do indivíduo no momento da coleta de dados. Cai-se, portanto, refém da subjetividade do informante. Como diz Reis (2007), esse é o caso da grande quantidade aspirantes a artistas que então classificam sua profissão como a de “artista”, “cantor” e assim por diante. Como lembra Throsby (2001b), não há como saber se essas pessoas que auto classificam de artistas o são de fato. Como consequência, diz este último autor, pode haver igualmente nos censos uma hiperestimação da ocupação artística.

Em terceiro lugar, Throsby (2001b) menciona o fato de que o sistema de coleta de dados via censo limita a capacidade de se fazer análises de interesse de pesquisadores na economia como na sociologia. No caso da economia, interessada em identificar a alocação de tempo e correspondente ganho do trabalho cultural e não-cultural, ela é prejudicada pelo *missing data* das horas informais (ou até formais) em que o artista trabalha em sua arte – pois, como dito, sua ocupação principal é muitas vezes declarada como pertencente a outro setor econômico.

A despeito dessas e outras limitações, pesquisas usando dados de censos são bastante comuns. De fato, há também vantagens em seu uso, como a possibilidade de acompanhamento longitudinal das ocupações ao longo do tempo; a precisão na determinação do tamanho e da inserção por indústrias das ocupações culturais; a possibilidade de visão consolidada e de conjunto delas; e a relevância no preparo de políticas públicas de apoio ao setor (Filer, 1986, 1988; Wassall e Alper, 1992; Gray e Heilbrun, 1993; O’Brien e Feist, 1995; O’Brien, 1998).

Nesta pesquisa, no que diz respeito à realização de nosso primeiro objetivo, utilizamos dados de censo para a condução da análise do perfil do mercado ocupacional artístico em São Paulo. O princípio metodológico geral foi trabalhar com dados o mais desagregados possível. De fato, algumas bases de dados, especificamente do IBGE, permitem o acesso a microdados, bastando a aquisição junto ao próprio Instituto e um trabalho de tabulação especial sobre eles de acordo com parâmetros pré-definidos. Disto decorre que outra ressalva metodológica essencial é a definição dos critérios, dos recortes e dos termos a investigados quantitativamente.

5.1.2. Processo de coleta e análise de dados

Nosso objetivo consistiu em mapear o mercado de trabalho cultural em função de algumas variáveis ocupacionais, dadas no formato de objetivos específicos:

1. Participação das ocupações do *core* de indústrias criativas sobre o total de ocupados no Estado.
2. Distribuição das ocupações segundo atributos pessoais (sexo; condição na família; faixa etária; anos de estudo; cor).
3. Distribuição das ocupações segundo características do mercado (posição na ocupação; jornada de trabalho; local de trabalho).
4. Rendimentos observados nas ocupações selecionadas (faixa de rendimento individual; rendimento domiciliar *per capita*).

Para o levantamento dessas informações, seguimos alguns passos metodológicos, sendo (1) definição do recorte do mercado de trabalho cultural investigado, dado na forma de grupos de atividades; (2) seleção de profissões a serem pesquisadas dentro desse recorte do mercado, dadas em formato de classificação ocupacional; e (3) escolha da base e forma de extrair as informações e de analisá-las.

5.1.2.1. Recorte do mercado de trabalho cultural

Como já mencionado, a delimitação do mercado de trabalho da cultura depende de uma demarcação anterior sobre quais setores econômicos podem ser denominados de culturais ou criativos. Para tanto, utilizamos aqui o modelo de classificação proposto por Throsby (2001a; 2001b), de acordo com o qual há três círculos concêntricos que delimitam e definem o setor das indústrias culturais ou criativas.

Vale destacar que, para Throsby, essas indústrias são aquelas nas quais se produzem bens e serviços culturais que envolvem criatividade em sua geração, englobam certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico.

Recapitulando, no círculo mais interno encontramos as atividades culturais tradicionalmente consideradas como tais e de maior conteúdo cultural (bens simbólicos, “intangíveis”) combinado a novas tecnologias: música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, artes performáticas, *software* e arte multimídia. O segundo círculo, que abarca o primeiro, envolve tanto atividades produtoras de conteúdos culturais como também não-culturais. Neste caso teríamos: edição; rádio; jornal; filme; TV; revista. Por fim, no círculo mais amplo estariam setores que têm algum conteúdo cultural mas que se expandem para áreas não-culturais: arquitetura; propaganda; e turismo (que pode ser muito mais amplo do que o turismo cultural).

Com base em seu modelo de círculos concêntricos, Throsby propõe a distinção de três grandes grupos de indústrias ligadas à cultura e à criatividade. A primeira é o *core de indústrias artísticas ou criativas* (correspondentes ao primeiro círculo, mais interno); a segunda são as *outras indústrias culturais* (que equivalem ao círculo intermediário, onde estão os setores de edição; rádio; jornal; filme; TV; e produção de revistas). Já o terceiro são as *indústrias relacionadas* à cultura, ou seja, correspondentes àquelas atividades não exclusivamente culturais, mas com uma extensão no campo da cultura (pertencentes ao terceiro círculo).

Adotamos nesta pesquisa, como critério delimitador, apenas o núcleo mais interno do modelo de Throsby – ou seja, o *core de indústrias artísticas* (ou criativas), que dependem de intenso conteúdo simbólico e criativo. A razão é de que entendemos ser este núcleo o mais genuinamente inovador e dependente de talento individual e capital humano (Towse, 2006). Com sua fusão com a tecnologia, constituem o *core* das indústrias criativas propriamente ditas (O’Connor, 2006; Cornford & Charles, 2001; UNESCO, 2007; Cunningham, 2002; Hartley, 2005).

Portanto, denominamos de um *core* de indústrias criativas para efeitos de nossa investigação os setores constituídos por: música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, artes performáticas, arte multimídia e *software*. Após essa demarcação conceitual, o próximo passo é localizar esses setores – ou o mais próximos deles, dependendo do nível de agregação – na base de dados a ser utilizada. Será nestes setores que realizaremos o mapeamento das ocupações ou profissões criativas.

5.1.2.2. Seleção de ocupações a serem pesquisadas

O próximo passo metodológico consistiu em selecionar as ocupações criativas dentro dos setores ou segmentos selecionados na etapa anterior. Novamente se impôs aqui a necessidade de critérios demarcatórios. Recorremos então novamente à classificação de Throsby (2001b), que distingue *ocupações criativas* e *ocupações não-criativas*, porém *dentro do próprio setor criativo*.

Como dissemos anteriormente na seção de conceitos e definições, a restrição de Throsby (2001b) inclui, na rubrica *ocupações criativas*, as de ator, músico, dançarino, pintor, escultor, poeta, novelista e outras ocupações estreitamente relacionadas aos trabalhadores das artes, como dramaturgos, diretores de teatro, curadores, *designers* de cenários e assim por diante. Ou seja, ocupações diretamente envolvidas na produção do bem/produto ou serviço criativos.

Já as ocupações “não-criativas”, dentro da força de trabalho artística, compreendem todos os outros tipos de trabalhos cujo insumo é necessário para a produção dos processos das artes, como pessoal técnico trabalhando em companhias de ópera e teatro, agentes literários, contadores, pessoal de limpeza etc. Ou seja, ocupações transversais, de suporte e apoio, de nível técnico especializado ou não, que têm algum contato com o bem/produto ou serviço criativo (e de fato faz sentido a distinção: basta imaginar o trabalho de limpeza em um museu e um outro, por exemplo, numa indústria pesada).

Como veremos na seqüência, em função das características classificatórias das bases aqui utilizadas, alguns ajustes foram necessários nessa terminologia proposta por Throsby.

5.1.2.3. Escolha das bases e tratamento

A principal base utilizada nesta pesquisa foi a Pesquisa por Amostra de Domicílio, PNAD, realizada anualmente pelo IBGE. A versão mais recente (até o momento) é a PNAD 2006, a qual foi utilizada aqui. Essa pesquisa constitui o mais amplo censo de ocupações no país, abrangendo cada Unidade da Federação e apresentando resultados consolidados para o país. Especificamente, utilizamos o CD de Microdados da PNAD 2006, “Pesquisa Básica” (IBGE, 2007). Os microdados referem-se ao nível mais desagregado das variáveis, portanto, ideal

para captarmos tanto o *core* de atividades criativas quanto as ocupações nele incluídas. O filtro foi a PNAD-regionalizada para o Estado de São Paulo.

A) Definição de grupos e classes na PNAD do core de indústrias criativas

Utilizando o sistema classificatório proposto por Throsby (2001b), no qual se distinguem os setores mais intrinsecamente dependentes de criatividade e manipulação de conteúdos simbólicos, nosso primeiro passo foi contrastá-lo ao sistema de classificação utilizado pelo IBGE na estruturação da PNAD. Quer dizer, contrastamos os setores do *core de indústrias criativas*: música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, artes performáticas, *software* e arte multimídia à classificação do IBGE – que usa, para a determinação de grupos de atividades na PNAD, a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – a CNAE-Domiciliar.

Selecionamos as atividades no nível mais desagregado, o de Classes. Sendo assim, fizemos uma leitura de todos os grupos e classes e escolhemos aquelas que mais se aproximavam dos setores destacados por Throsby em sua classificação do *core de indústrias criativas*.

O quadro 1 mostra que, em função do tipo de agregação na CNAE, conseguimos adaptar os setores indicados por Throsby em 6 grupos de atividades, acompanhados de suas respectivas classes no CNAE (cinco dígitos de desagregação, ao nível de microdados), totalizando 8 classes. Algumas atividades não puderam ser incluídas devido a seu elevado grau de agregação (isto é, combinando em uma mesma rubrica atividades pouco ou nada condizentes com o núcleo criativo).

Quadro 1 – Grupos e classes da CNAE domiciliar do *core de indústrias criativas*, segundo a natureza das atividades.

Grupos de atividades	Classes do CNAE
Fabricação de artefatos diversos de madeira, palha, cortiça e material trançado (exceto móveis)	20000
Desenvolvimento de software	72010
Fotografia	74090
Filme e vídeo	92011 e 92012
Artes performáticas	92015
Biblioteca, museu e preservação do patrimônio histórico	92030

O próximo passo foi definir as ocupações pertencentes a este segmento, o que mostramos no próximo item.

B) Definição das ocupações do core de indústrias criativas

Para definir as ocupações, utilizamos a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), a mesma utilizada pelo IBGE na PNAD. Novamente, recorreremos à distinção feita por Throsby (2001b) das ocupações dentro do *core* de indústrias criativas. Esse autor entende que há *ocupações criativas* (diretamente criativas, acrescentamos) e outras *não-criativas* (ou, poderíamos dizer, *indiretamente criativas*), a despeito de pertencerem também ao setor criativo. Desse modo, nosso primeiro passo foi aplicar essa distinção tendo em vista a classificação disponível na CBO para os grupos de atividades apresentados na Tabela 1.

Porém, alguns ajustes foram necessários. Na PNAD não conseguimos identificar *cross-classifications* de ocupações, quer dizer, saber se, por exemplo, um faxineiro trabalha num teatro ou numa empresa metalúrgica. Assim, a classificação de Throsby foi ligeiramente modificada: consideramos como trabalhadores não-criativos do *core* de indústrias criativas apenas as ocupações de apoio *desagregadamente identificadas* como pertencentes ao setor cultural/criativo (por exemplo, bilheteiros, auxiliar de cenografia, ajudantes, especialistas e técnicos de diversos tipos dentro do setor cultural).

O Quadro 2 mostra uma síntese das classes de ocupações consideradas nesta pesquisa. Ela foi obtida a partir de uma leitura geral das ocupações contidas na CBO cotejadas com os setores do Quadro 1.

Quadro 2 – Grupos de atividades do core de indústrias criativas e suas respectivas classes na CBO.

Grupos de atividades	Classes na CBO	
	Ocupações criativas	Ocupações não-criativas
Fabricação de artefatos diversos de madeira, palha, cortiça e material trançado (exceto móveis)	2625, 7681, 7682, 7683, 7686 e 7687, 7681, 7682	-
Desenvolvimento de software	2122	2121, 2123, 2124, 2125, 3171 e 3172
Fotografia	3722	7664
Filme e vídeo	3721 e 2621	3723, 4211 e 3713
Artes performáticas	3761, 3762, 3763, 3764, 3621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2627, 2615, 2622, 2623 e 2624	2627, 3741, 3742, 3743 e 3751
Biblioteca, museu e preservação do patrimônio histórico	2613	3711, 3712, 4151, 7401, 7411, 7421 e 2612

Determinados esses códigos, o próximo passo consistiu na análise correspondente, desdobrada em duas frentes: preparação do banco de dados e análise estatística frequência/descriptiva tomando como base as quatro variáveis apresentadas no item 5.1.2., a saber: proporção do *core* de profissionais criativos em relação ao total de ocupados no Estado de SP; distribuição dessa amostra em função de atributos pessoais; distribuição em função de características selecionadas do mercado; e rendimentos obtidos.

5.2. Desenho qualitativo

Throsby (2001b), Alper e Wassall (2006) e Karttunen, 2001 reforçam que, sob determinados aspectos, uma pesquisa conduzida por pesquisadores pode trazer vantagens e cobrir lacunas das pesquisas baseadas em dados de censos. Throsby, por exemplo, menciona que estudos conduzidos diretamente com os artistas podem evitar o problema de saber a real quantidade de horas de trabalho na carreira de artista e na carreira paralela (ou, nas captações dos censos, na carreira principal). Estes são os estudos conduzidos em função de propósitos especiais, às vezes com particular ênfase a uma classe de artistas sobre outra (Alper & Wassall, 2006). Nesse tipo de investigação, o pesquisador pode controlar melhor as variáveis intervenientes.

Além de usar dados desagregados, as pesquisas sobre carreira de artistas também recorrem a metodologias qualitativas. Tal é esta segunda frente de nossa investigação. Por meio dela pretendemos responder a nosso segundo objetivo específico, referente a uma compreensão

mais aprofundada da carreira de indivíduos trabalhando na indústria criativa. Essa compreensão envolve aspectos como o sentido de carreira nesse meio, o modo como o indivíduo responde às dificuldades, características e oportunidades desse mercado, os fatores motivadores e o modo como ele gerencia sua própria carreira. Para isso, como já dito anteriormente, utilizamos o conceito de *carreiras sem fronteiras* (Arthur & Rousseau, 1996) e de âncoras de carreira (Schein, 1993). Dado esse enquadre, nosso primeiro passo foi definir os critérios para a seleção da amostra, as técnicas de coleta e de análise de dados.

5.2.1. Definição da amostra

Uma vez que definimos, para esta frente, uma abordagem *qualitativa*, nosso desafio foi, como no caso anterior, definir primeiro as ocupações a serem investigadas e, depois, o número de informantes em cada uma delas. Nossa preocupação foi antes em entender, circunscritamente, algumas características qualitativas desse mercado do que em generalizá-las para todo o setor e suas ocupações.

A) Setores a serem investigados

O primeiro critério para a delimitação dos setores é semelhante ao utilizado na abordagem quantitativa, a saber, a escolha de um *core criativo*. O próximo passo foi restringir a atenção exclusivamente nos processos criativos implicados, em cada setor, na *produção dos bens culturais*. Ou seja, considerando a cadeia de valor existente em cada um dos setores que compõem o *core*, destacou-se apenas o elo “produtivo”, seguindo o pressuposto de que é nesse elo da cadeia em que há uma incidência maior de fatores criativos. Como consequência desses critérios, foram escolhidos 10 setores, apresentados no quadro abaixo.

Quadro 3 – Setores criativos selecionados para a composição da amostra de respondentes.

Arte multimídia	Artesanato
Cinema	Dança
Desenho	Literatura
Música	Pintura
Teatro	Software

B) Participantes em cada setor

Uma vez definidos os setores, o próximo passo foi a escolha dos artistas em cada um deles. Seguimos aqui a classificação proposta por Throsby (2001b) e apresentada anteriormente, segundo a qual há uma diferença entre ocupações diretamente ligadas à criatividade e outras indiretamente ligadas. Na terminologia do autor, ocupações criativas e ocupações não-criativas. Sendo assim, a amostra foi segmentada em função desses dois grupos, cujos critérios de delimitação foram os seguintes:

1. Quanto às ocupações criativas (adaptado de Throsby, 2001b)

- a. O critério da *seriedade*: pessoa para quem o trabalho criativo era sua ocupação principal, dada em termos de sua centralidade psicológica (a carreira em questão ocupa o maior espaço de interesse e compromisso do indivíduo) e ocupacional (principal atividade em termos de horas de trabalho ou vínculo empregatício ou renda principal advinda da ocupação artística);
- b. O critério da *prática*: consideração de artistas correntemente trabalhando como tal ou procurando trabalhar na ocupação escolhida;
- c. O critério do *profissionalismo*: indicando grau de treinamento, experiência ou talento avaliados segundo critérios externos ao próprio indivíduo, ou seja, ele deve possuir algum reconhecimento como sendo artista advindo de outros (do público, da categoria profissional a que pertence ou equivalentes).

2. Quanto às ocupações não-criativas

- d. O critério do *tempo*: foi incluído o respondente cujo trabalho principal era o de auxiliar, técnico e equivalentes nos setores pesquisados, entendendo por trabalho principal aquele no qual permanece a maior parte de seu tempo útil de trabalho por semana (não importando se o vínculo é assalariado ou outro);
- e. O critério da *experiência*: ter trabalho ou estar trabalhando na referida ocupação há pelo menos 5 anos.

Como se nota pelos critérios anteriores, adotamos aqui um *foco restrito* de carreira de artista, para o qual esta ocupação é central, não só no momento da pesquisa (“ocupação principal”), mas também anteriormente a ela e por opção do indivíduo (cujo exame de sua trajetória pode comprovar). Em consequência dessa restrição, ficou de fora a carreira do artista em tempo parcial (cuja ocupação principal está em outro setor econômico).

C) Procedimentos para a composição da amostra

Para compor a amostra, o primeiro passo consistiu em fazer uma varredura de possíveis respondentes que se encaixassem nos critérios definitórios apresentados no item anterior. Concentrando-se em artistas localizados exclusivamente na cidade de São Paulo, foram realizadas buscas na Internet (muitos artistas possuem *sites* divulgando seu trabalho) junto a Assessorias de Imprensa, órgãos de classe e pessoas já atuando no setor cultural e que conhecessem outros artistas para localização dos respondentes. Desse primeiro passo resultou uma extensa lista com possíveis nomes e descrição de perfis de artistas a serem contatados.

Essa extensa lista foi submetida a um primeiro filtro para determinação dos nomes a serem efetivamente contatados tendo em vista os critérios definitórios anteriormente apresentados. Deste primeiro filtro restaram os nomes de artistas que foram então contatados ou por telefone ou email. Foram explicados os objetivos desta pesquisa, os termos da participação de cada um e a forma de realização das entrevistas (em geral, no local indicado pelo próprio artista). Era então agendada uma entrevista com cada artista que respondia favoravelmente ao convite do pesquisador.

Adicionalmente, em alguns casos foi igualmente utilizada a técnica conhecida como “*snowball*” (Miles & Huberman, 1994), que consiste em um entrevistado, que conhece alguma outra pessoa com informações relevantes sobre o mesmo tema, o indicar ao pesquisador para que este o convide a fazer igualmente parte da amostra. Na Tabela 1, a seguir, os entrevistados que se originaram desta técnica de amostragem são indicados com um “*” junto à sua idade.

As amostras finais, tanto de ocupações criativas como de ocupações não-criativas, são apresentadas a seguir, nas Tabelas 1 e 2, respectivamente. Ao todo, foram entrevistados 20 artistas (ocupações criativas) e 7 profissionais não-criativos, ou melhor, indiretamente ligados à cultu-

ra (ocupações não-criativas, conforme terminologia anteriormente apresentada). Nessas tabelas são também apresentadas as características de cada respondente, sendo: sexo, idade, tempo na carreira e regime de trabalho. Foram escolhidos dois artistas para cada setor visando a permitir um possível contraste qualitativo de informações entre eles.

Tabela 1 – composição da amostra: ocupações criativas.

Setor	Sexo	Idade	Tempo na área (anos)	Ocupação	Regime de trabalho	Código da entrevista
Arte multimídia	M	34	05	Animador	Autônomo	e17
	M	43	15	Animador	Autônomo	e18
Artesanato	F	49	10	Ceramista	Autônomo	e16
	F	57	28	Ceramista	Autônomo	e15
Cinema	M	68	44	Diretor e produtor	Empreendedor	e11
	M*	45	06	Produtor	Empregado	e12
Dança	F	31	21	Professora e dançarina	Empreendedor	e14
	F*	49	31	Professora e dançarina	Empreendedor	e13
Desenho	M	34	14	Ilustrador	Empregado	e10
	M	40	20	Ilustrador	Empregado	e9
Literatura	M	35	10	Escritor	Autônomo	e8
	M	44	14	Escritor	Autônomo	e7
Música	M	50	18	Músico	Autônomo	e6
	M*	63	40	Músico e compositor	Autônomo	e5
Pintura	M	52	10	Pintor	Autônomo	e4
	M	43	25	Pintor	Autônomo	e3
Teatro	F	33	20	Diretora e atriz	Autônomo	e2
	F	52	25	Diretora	Autônomo	e1
Software	M	33	10	Desenvolvedor	Empreendedor	e20
	M	46	11	Desenvolvedor	Autônomo	e19
Média	-	45	19	-	-	-

Como se nota pela Tabela 1, a maioria dos entrevistados possuía uma carreira como autônomo, ou seja, não eram empregados de nenhuma empresa em particular, mas sim “prestadores de serviços”. Dois outros aspectos a notar são, primeiro, de que a média de tempo na carreira é de 19 anos (o pico sendo 44 anos), um período considerável de tempo do ponto de vista da evolução da carreira. Quer dizer, podemos esperar encontrar pessoas com decisões mais consolidadas acerca da carreira artística, e não “aventureiros” ou pessoas que ainda estão “testando” o mercado para decidir se ficar ou não. Adicionalmente, isso é coerente com a média de

idade das pessoas entrevistadas, que é de 45 anos. O segundo aspecto é de que há um predomínio de homens (14) na amostra. Já a Tabela 2, a seguir, apresenta as características das ocupações não-criativas incluídas na amostra.

Tabela 2 – composição da amostra: ocupações não-criativas.

Setor	Sexo	Idade	Tempo na área (em anos)	Ocupação	Regime de trabalho
Literatura	F	38	12	Agente literária	Empreendedor
	F	50	10	Agente literária	Autônomo
Cinema	M	41	20	Operador de câmera	Autônomo
	M	54	15	Maquiador	Autônomo
	M	38	10	Assistente de câmera	Autônomo
Música	M	25	05	Técnico de som	Autônomo
	M	42	18	Técnico de som	Autônomo
Média	-	41	13	-	-

Como no caso das carreiras criativas, nas não-criativas também se observa um predomínio de autônomos, isto é, sem vínculo empregatício definido com uma única empresa. A média de tempo na área não ultrapassa os 13 anos, embora um profissional em particular tenha 20 anos de experiência como Operador de câmera. Também como no caso das ocupações criativas, houve predomínio de homens na amostra (5).

5.2.2. Procedimentos de coleta de dados

Os dados foram coletados de duas maneiras: primeira, por entrevistas semi-estruturadas presenciais; segunda, por entrevistas enviadas por *e-mail*. Este último caso foi usado exclusivamente com os profissionais com ocupações aqui denominadas de não-criativas. Em ambos os casos, foi utilizado um roteiro que versava sobre três grandes eixos: 1) aspectos associados às competências descritas no modelo de carreiras sem fronteiras (*know-why*; *know-how*; *know-whom*); 2) questões que permitam a identificação da âncora de carreira predominante; 3) percepções, análises e diagnósticos do próprio entrevistado sobre o mercado de trabalho cultural (dificuldades; desafios; pontos fracos; pontos fortes; tendências). O referido roteiro foi adaptado para o caso de se tratar de ocupação criativa (ANEXO 1) ou não-criativa (ANEXO 2).

As entrevistas presenciais foram realizadas em locais previamente acordados com os respondentes. Dessa forma, houve uma grande variação de locais, desde o ateliê / escritório do artista até em locais públicos, como restaurantes. As entrevistas variaram de 1 a 3 horas de duração, com uma média em torno de 2 horas. Todas foram gravadas, com a permissão do participante, e depois transcritas. Conforme foi anunciado no “contrato psicológico” por ocasião da realização das entrevistas, o material transcrito foi enviado para cada um dos respondentes para sua aprovação / alteração. Contudo, pouquíssimos dos entrevistados retornaram a nossas mensagens. Como também ficou estabelecido no contrato psicológico inicial, caso não houvesse o referido retorno, consideraríamos a entrevista transcrita aprovada.

No que diz respeito às entrevistas com os profissionais de ocupações não-criativas, foi inicialmente feito com eles um contato telefônico no qual o pesquisador se apresentava e explicava os propósitos da pesquisa, perguntando de seu interesse em participar. Em caso afirmativo, era então enviado um *e-mail* com o roteiro para ser preenchido pelo profissional. Em outra situação optamos por enviar diretamente os emails contendo as devidas explicações/esclarecimentos e o roteiro da entrevista. Ao todo, foram enviados 19 *e-mails*, retornando, com o roteiro devidamente preenchido, 6 – de um total de 7. Em apenas um caso fizemos uma entrevista presencial com um profissional de ocupação não-criativa, totalizando os 7 participantes apresentados na Tabela 2.

5.2.3. Procedimentos de análise de dados

Na literatura, duas pesquisas em particular usaram o conceito de carreiras sem fronteiras no campo da cultura. A primeira, conduzida por Jones (1996), objetivou estender esse conceito à indústria cinematográfica norte-americana, ao que o autor denominou de “empresas por projeto”, uma configuração organizacional típica do setor, a qual também é conhecida como “adhocracia” (Mintzberg, 1979). Esse tipo de organização só existe graças a projetos precisos, os quais lhe dão um caráter temporário, informal e dinâmico. A pesquisa de Jones pode ser colocada na mesma trilha da pesquisa, pioneira com indústrias cinematográficas de Hollywood, conduzida por Faulkner & Anderson (1987) e sobre a qual fizemos alguns comentários na seção teórica.

A segunda pesquisa foi conduzida por Ensher, Murphy e Sullivan (2002) com mulheres na indústria do entretenimento norte-americana. Seu objetivo foi também o de aplicar o conceito de carreiras sem fronteiras nesse setor, mais especificamente focando sobre a história de carreira dessas mulheres, planos e estratégias de carreira, relações de aconselhamento (“*mentoring*”) que construíram e a importância das redes.

O mais importante para nossos propósitos é que ambas essas pesquisas desenvolveram tipologias analíticas que os ajudaram na análise de seu material. Jones (1996), por exemplo, classificou suas entrevistas com profissionais da indústria cinematográfica em quatro estágios, correspondendo a uma visão do desenvolvimento holístico da carreira. O primeiro estágio é *começar*, e nele o foco do indivíduo é obter acesso à indústria ou profissão em questão; o segundo é *delinear* [*crafting*], cujo foco está na aprendizagem das habilidades e competências necessárias e da cultura do setor; o terceiro é *navegar*, que consiste na construção de reputação e de redes sociais; e o quarto estágio é *manter*, quando o indivíduo busca ampliar sua profissão como também equilibrar vida pessoal/profissional.

Partindo dessa mesma tipologia, Ensher, Murphy e Sullivan (2002) adicionam algumas alterações para melhor captar as particularidades das carreiras de suas entrevistadas. Neste caso, são cinco estágios: *começar*, isto é, entrar no setor; *delinear*, focado no desenvolvimento de habilidades e competências, bem como na apreensão da cultura do setor; *movimentar-se*, que consiste, neste caso, em mudar dentro da mesma organização, para uma organização diferente ou transformar-se em empreendedor; *re-estabelecer*, que dependerá da escolha no estágio anterior (por exemplo, se mudar de organização, haverá o desafio de aprender uma nova cultura); e o estágio da *auto-realização*, quando o indivíduo busca realizar novas coisas, como tornar-se um “mentor” de outros ou então recuperar relações pouco frequentadas devido à falta de tempo.

Adotamos uma perspectiva semelhante a dessas duas pesquisas anteriores. Adicionalmente, seguindo as recomendações de Taylor & Bogdan (1998), utilizamos uma abordagem qualitativa para a interpretação das entrevistas realizadas. Especificamente, uma abordagem que combina a identificação de temas inéditos e o enquadre de outros temas a teorias pré-existentes. Neste último caso, estamos falando de um processo de “indução analítica”, sendo seu propósito acomodar dados coletados em situações de campo a explicações já disponíveis sobre a matéria. No primeiro caso, em contrapartida, fala-se de uma *grounded theory* – cujo

objetivo é acolher a inediticidade dos dados de modo a criar conceitos, estabelecer proposições etc., sem a fixação em conceitos dados *a priori*.

Sendo assim, considerando os objetivos de nossa investigação, os *insights* das teorias que revisamos, as particularidades de nossa amostra e do conteúdo que coletamos nas entrevistas, criamos uma tipologia ou roteiro geral que orientou o processo de análise, tanto das carreiras aqui denominadas de criativas como das não-criativas. Essa tipologia é apresentada na Tabela 3. Note-se que, na coluna da esquerda, são apresentadas as grandes questões ou estágios ou fases da carreira; na coluna da direita, as principais tarefas que o indivíduo realizada para atender tais questões. Neste segundo caso, são consideradas tanto aspectos individuais (adquirir competências, por exemplo), como do próprio setor (uso de estratégias de carreira para melhor vencer as dificuldades ou obstáculos apresentados).

Tabela 3 – Tipologia de análise das carreiras criativas e não-criativas.

Questões essenciais da carreira	Principais tarefas ou tópicos
Começando	<ul style="list-style-type: none"> • Elucidar os motivos da escolha profissional (âncora e competência <i>know-why</i>) • Vias de entrada no setor e na ocupação
Delineando	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender e construir a identidade profissional • Adquirir competências necessárias (<i>know-how</i>) • Aprender a cultura e as particularidades do setor
Navegando	<ul style="list-style-type: none"> • Características dos principais projetos / trabalhos / obras • A natureza do processo criativo • Conquista de reputação e de relações sociais (<i>know-whom</i>) • Usando estratégias de carreira para lidar com as dificuldades
Mudando	<ul style="list-style-type: none"> • Revisões importantes na trajetória de carreira
Restabelecendo	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirindo segurança na nova fase de carreira
Mantendo	<ul style="list-style-type: none"> • Expansão da carreira • Busca de maior ganho financeiro

Seção 5

Resultados e comentários gerais

Neste capítulo apresentamos os resultados tanto do desenho quantitativo da pesquisa (análise estatística descritiva da base PNAD, microdados, do IBGE) como do qualitativo (análise de entrevistas de acordo com o roteiro analítico mostrado na Tabela 3. Ao mesmo tempo, comentários gerais são feitos a esses resultados.

5.1. Resultados quantitativos

As variáveis consideradas nesta dimensão quantitativa da pesquisa são retomadas a seguir, juntamente com a Tabela com os dados correspondentes.

1. Participação das ocupações do *core* de indústrias criativas sobre o total de ocupados no Estado (Tabela 4).
2. Distribuição das ocupações segundo atributos pessoais (sexo; condição na família; faixa etária; anos de estudo; cor) (Tabela 5).
3. Distribuição das ocupações segundo características do mercado (posição na ocupação; jornada de trabalho; local de trabalho) (Tabela 6).
4. Rendimentos observados nas ocupações selecionadas (faixa de rendimento individual; rendimento domiciliar *per capita*) (Tabela 7).

Tabela 4 – Participação das ocupações do *core* de indústrias criativas sobre o total de ocupados no Estado de São Paulo.

Grupo de ocupações	Criativos	Não criativos	Total
Fabricação de artefatos diversos de madeira, palha, cortiça e material trançado (exceto móveis)	0,11	---	0,11
Desenvolvimento de software	0,01	0,42	0,43
Fotografia	0,02	0,01	0,03
Filme e vídeo	0,03	0,42	0,45
Artes performáticas	0,37	0,04	0,41
Biblioteca, museu e preservação do patrimônio histórico	0,01	0,10	0,11
Total	0,55	0,99	1,54

Analisando a Tabela 4, vemos que apenas 0,5% das ocupações do *core* criativo aqui selecionado pertencem ao primeiro círculo proposto por Throsby (2001a; 2001b), onde concentram-se as ocupações mais intimamente ligadas às artes e à criatividade. Em contrapartida, praticamente o dobro, ou seja, 1% das ocupações, pertencem a atividades indiretamente ligadas à cultura, ou não-criativas, também na terminologia de Throsby. Essa diferença é compreensível na medida em que o pessoal de suporte (técnicos, assistentes, operadores etc.) normalmente é em maior número que os personagens principais dos respectivos processos produtivos.

Adicionalmente, como já mencionamos anteriormente, o pessoal “não-criativo”, apesar de não estar na origem mesma do processo, também estão envolvidos com o mundo criativo ou cultural – portanto, dele fazendo parte. Conseqüentemente, podemos agregar ambos os tipos de ocupação em um único conjunto, de sorte que um pouco mais de 1,5% das ocupações do Estado de São Paulo pertencem ao segmento criativo.

Entretanto, a interpretação desse número, 1,5% de ocupações do segmento criativo, deve levar em consideração duas observações. A primeira, refere-se ao modo como esses setores foram selecionados. Como dissemos anteriormente, optamos por focar de modo mais restritivo em setores onde podemos supor encontrar mais intensamente a incidência do componente criativo, tal como o definiu Throsby (2001a; 2001b), ao segmentar a indústria da cultura em três camadas. Com isso, diminuimos as chances de “inflarmos” a amostra do segmento criativo com ocupações que, pela CNAE, seriam próximas ou que deixassem margens a dúvidas.

Uma segunda observação é de que muitas pessoas, que estão de algum modo no segmento criativo, pelos critérios de coleta de dados do IBGE (baseado na ocupação principal recente),

não estão representadas aqui. Esta diz respeito a uma dificuldade a que aludimos anteriormente, referente às limitações de sondagens de tipo censo. Portanto, é possível que, pelo fato de estes 2% representarem apenas ocupações declaradas em data próxima à coleta da informação pelo IBGE, ocupações de tempo parcial ou não remuneradas fiquem de fora (Throsby, 2001b; Menger, 1999; Moulin, 1997).

A título de contextualização, no mais recente relatório do IBGE sobre os dados da cultura no Brasil (IBGE, 2007), encontramos que o setor cultural foi responsável, em 2003, por algo ao redor de 6% da força de trabalho total brasileira. Contudo, os critérios de inclusão de ocupações como culturais é mais amplo naquele relatório do IBGE do que nesta pesquisa. Já segundo o SEADE (2007), conforme mostrado em relatório anterior, o segmento de lazer e cultura ocuparam, em 2001, pouco mais de 4% das pessoas economicamente ativas do Estado de São Paulo. Novamente, a diferença se explica pelos critérios mais amplos de inclusão de ocupações culturais (neste caso, lazer é colocado no mesmo segmento, certamente inflando os resultados). Na Bahia, em estudo semelhante ao presente, Lima (2007) constata que o segmento cultural chegou, em 2004, a pouco mais de 0,7% de todas as ocupações daquele estado.

A Tabela 5, abaixo, reúne alguns atributos pessoais de interesse do segmento criativo, igualmente tanto para as ocupações criativas quanto para as não-criativas. A primeira constatação é que nas primeiras predominam mulheres, comparativamente às ocupações não-criativas. Ainda em relação às ocupações criativas, estas contêm ligeiramente mais mulheres do que nas demais ocupações. A segunda constatação refere-se à faixa etária das ocupações do segmento criativo: são mais elevadas do que nas outras ocupações – em média, quase 44% têm mais de 30 anos de idade, ao passo que nas ocupações em geral, para essa mesma faixa de idade, a média cai para algo próximo a 34%.

A Tabela 5 também nos permite notar que quase 58% das ocupações do segmento criativo possuem pessoas com 11 ou mais anos de estudo. Nas ocupações em geral, para essa mesma faixa, essa proporção cai para algo próximo a 34%. Isso reforça achados mais amplos da literatura, nos quais se constata maior incidência de escolarização na população artística (Throsby, 2001a, 2001b; Menger, 1999; Moulin, 1997). De modo interessante, quando comparamos apenas “criativos” e “não-criativos”, estes últimos tendem a ter uma média de escolaridade mais alta do que os primeiros, provavelmente porque estamos tratando de ocupações

técnicas ou que dependem de conhecimentos especializados para sua execução. Entre os “criativos”, sabemos que há mais casos de auto-didatismo (Menger, 1999; Moulin, 1997).

Tabela 5 – Distribuição das ocupações segundo características pessoais, segmento criativo e total de ocupações do Estado de São Paulo.

Características pessoais		Segmento Criativo (%)			Total (%)
		Criativo	Não-criativo	Total	
Sexo	Masculino	45,9	54,7	51,6	48,5
	Feminino	54,1	45,3	48,4	51,5
Condição na família	Pessoa de referência	41,6	33,0	36,1	32,6
	Cônjuge	27,2	22,8	24,4	21,4
	Filho	23,7	40,9	34,8	40,4
	Outro parente	4,7	3,0	3,6	5,0
	Agregado	1,2	0,2	0,6	0,3
	Pensionista	1,6	---	0,6	0,2
	Empregado doméstico	---	---	---	0,09
	Parente do empregado doméstico	---	---	---	0,002
Faixa etária	10 a 14 anos	1,9	---	0,7	9,8
	15 a 19 anos	3,1	10,1	7,6	10,0
	20 a 24 anos	10,9	26,7	21,1	10,6
	25 a 29 anos	12,8	23,5	19,7	10,2
	30 a 39 anos	23,3	20,3	21,4	18,3
	40 a 49 anos	21,4	13,8	16,5	16,4
	50 a 59 anos	13,2	4,5	7,6	12,2
	60 anos ou mais	13,2	1,1	5,4	12,5
Anos de estudo	Sem instrução e menos de 1 ano	3,5	---	1,2	16,3
	1 a 3 anos	6,2	1,1	2,9	11,7
	4 a 7 anos	17,9	6,7	10,7	24,7
	8 a 10 anos	14,8	9,9	11,7	14,9
	11 a 14 anos	37,0	59,3	51,3	24,7
	15 anos ou mais	20,6	22,8	22,1	7,4
	Não determinados e sem declaração	---	0,2	0,1	0,2
Cor ou raça	Indígena	---	---	---	0,3
	Branca	75,5	75,2	75,3	68,0
	Preta	5,8	4,3	4,9	5,8
	Amarela	2,3	2,4	2,4	1,3
	Parda	16,3	18,1	17,5	24,7
	Sem declaração	---	---	---	0,002

A Tabela 6 traz alguns dados ocupacionais do segmento criativo. Imediatamente chama a atenção que, entre os profissionais criativos, apenas ao redor de 30% deles são empregados, ou seja, trabalhadores formais (com carteira assinada). Nas ocupações em geral, o número de empregados é um pouco mais que o dobro, 67%.

Em contra-partida, os não-criativos possuem um número elevado de ocupações em regime tradicional de emprego, 85%. Em compensação, mais de 65% dos criativos trabalham por conta própria, enquanto apenas 11% dos não-criativos o fazem. Isso confirma dados da literatura.

tura internacional, apontando para o fato de os trabalhadores criativos não terem emprego fixo, mas sim carreiras como *freelancers* ou autônomos, trabalhando por projetos (Throsby, 2001b; Menger, 1999; Moulin, 1997).

A característica de trabalho autônomo dos profissionais criativos reflete-se no fato de quase 50% deles trabalharem em casa, contra 4,5% nas ocupações em geral. Quase 12% deles trabalham ainda em locais “indicados pelo empregador”, contra 5,2% das ocupações em geral. Isso significa que, ou ele trabalha junto ao próprio cliente (prestando um serviço à pessoa, por exemplo), ou em projetos – os quais normalmente implicam em deslocamentos até locais de filmagem, gravação, ou equivalentes.

Tabela 6 - Distribuição das ocupações segundo características do mercado

		Segmento Criativo (%)			Total (%)
		Criativos	Não-criativos	Total	
Posição na ocupação no trabalho principal da semana de referência	Empregado	31,1	85,3	66,0	67,1
	Conta própria	65,8	11,2	30,7	8,9
	Empregador	1,2	0,2	0,6	16,9
	Trabalhador não-remunerado de membro da unidade domiciliar	1,9	2,6	2,4	5,4
		---	0,6	0,4	0,4
Tipo de estabelecimento ou onde era exercido o trabalho principal da semana de referência	Loja, oficina, fábri, escritório, esc, rep públ, galpão, etc	40,9	92,0	73,8	73,5
	Fazenda, sítio, granja, chácara, etc.	---	---	---	4,2
	No domicílio em que morava	45,5	2,6	17,9	4,5
	Em domicílio de empregador, patrão, sócio ou freguês	0,4	1,1	0,8	9,5
	Em local designado pelo empregador, cliente ou freguês	11,7	4,3	6,9	5,2
	Em veículo automotor	---	---	---	1,2
	Em via ou área pública	1,6	---	0,6	1,8
A jornada normal desse trabalho estava totalmente compreendida no período de 5 horas da manhã às 10 horas da noite	Sim	80,0	92,2	90,1	89,2
	Não	20,0	7,8	9,9	10,8
A jornada normal desse trabalho estava totalmente compreendida no período noturno de 10 horas da noite às 5 horas da manhã seguinte	Sim	25,0	6,5	12,8	20,9
	Não	75,0	93,5	87,2	79,1

Por fim, a Tabela 7 descreve os rendimentos das ocupações criativas e não-criativas e os compara com as ocupações em geral. O que se nota é que 70% dos profissionais criativos ganham até 3 salários mínimos. Entre os não-criativos, a distribuição salarial é menos concentrada, notando-se que 16% da categoria chega a ganhar entre 5 e 10 salários, contra 9,5 dos criativos. Talvez essa diferença salarial seja reflexo do próprio regime de emprego, tendo os

não-criativos posições assalariadas, o que teoricamente lhes garante maior renda e, principalmente, estabilidade financeira.

Tabela 7 - Rendimentos observados nas ocupações selecionadas

	Segmento criativo			Total
	Criativo	Não-criativo	Total	
Até ½ salário	16,3	1,6	6,8	2,0%
Mais de ½ salário até 1 salário	17,9	8,2	11,7	6,7%
Mais de 1 até 2 salários	24,6	39,0	33,8	17,3%
Mais de 2 até 3 salários	13,9	10,5	11,7	7,5%
Mais de 3 até 5 salários	6,7	12,2	10,3	5,4%
Mais de 5 até 10 salários	9,5	16,5	14,0	4,5%
Mais de 10 até 20 salários	5,2	7,6	6,7	1,5%
Mais de 20 salários	1,6	1,3	1,4	0,5%
Sem declaração	4,4	3,1	3,6	1,3%

5.2. Resultados qualitativos

As entrevistas foram analisadas segundo a tipologia apresentada na Tabela 3. A seguir, apresentamos uma síntese em função das seis questões centrais de carreira como ali descritas, a saber: (1) começando; (2) delineando; (3) navegando; (4) mudando; (5) restabelecendo; e (6) mantendo.

Algumas notas adicionais sobre metodologia de análise dos dados. Como dito, utilizamos os tópicos organizados na Tabela 3 para classificar o material empírico coletado, na perspectiva de uma “indução analítica” (usar o material empírico no escopo de referências teóricas pré-existentes). Dessa maneira, mesclamos a exposição do material empírico propriamente dito (oriundo das entrevistas) com interpretações por ele motivadas ou então num processo de construção analítica mencionado. Isso fez com que o texto oscile ora na apresentação *ipso facto* do material, ora na introdução e discussão de elementos teóricos *a priori*, inclusive com a proposição de novas hipóteses.

Outra observação refere-se à inserção de frases prototípicas extraídas das entrevistas com o intuito de reforçar ou meramente ilustrar algum comentário, interpretação ou discussão. Nesses casos, e em benefício da concisão de linguagem, citaremos diretamente a frase sem uma

introdução prévia. Apenas será destacado, junto a cada uma delas, um código que se refere ao entrevistado, cujo perfil foi sintetizado na Tabela 1.

Por fim, uma última nota refere-se aos processos de comparação entre as várias carreiras artísticas aqui selecionadas, oriundas de vários setores. Como se tratam de dez setores distintos, cada um deles com sua grandeza e suas especificidades, e como entrevistamos apenas dois de cada um, num processo de amostragem com elementos de conveniência, torna-se difícil uma comparação confiável entre eles, motivo pelo qual optamos por não fazê-la, exceto de maneira alusiva em algumas circunstâncias cujos dados o permitissem.

De um modo geral, tendemos a descrever mais assiduamente, no texto que se segue, a realidade das artes mais “clássicas” (em nossa amostra: desenho, teatro, dança, pintura, literatura) do que de outras com um produto já de fronteira com outras áreas (publicidade, tecnologia), ou que se dirigem a um público amplo (às vezes, a uma “massa”), ou que se orientam mais comercialmente, tais como, em nossa amostra, arte multimídia, música, cinema e, principalmente, *software* – apesar de todas serem consideradas como pertencendo ao “núcleo duro” do setor criativo, tal como está sendo utilizado nesta pesquisa. Um detalhamento pré-analítico (um primeiro sistema de codificação das entrevistas *in bruto* pode ser verificado no ANEXO 3).

Há, entretanto, importantes pontos de convergência entre esses setores todos, sendo o mais destacado o fato de eles lidarem com ao menos uma realidade comum: a criação de bens simbólicos, “intangíveis”. Outro ponto em comum importante é o fato de todos nossos entrevistados atuarem em um mercado com pontos muito próprios, como a instabilidade, a incerteza, e terem cadeias produtivas que, apesar de diferirem em muitos pontos, se aproximam no tocante à geração daqueles bens simbólicos. Como nosso foco são os aspectos da “carreira subjetiva” (Weick & Berlinger, 1989), as limitações de amostragem mencionadas a pouco perdem um pouco de sua força.

Na seqüência, vamos, em primeiro lugar, mostrar a análise realizada para os profissionais criativos. Em seguida, dedicaremos uma seção aos profissionais não-criativos. Como estes são em menor número e seu propósito neste trabalho é servir de contra-ponto às carreiras criativas, a extensão da análise do material por eles gerado será menor, assim como a estrutura a ser utilizada para sua realização.

5.2.1. Carreiras criativas

COMEÇANDO

O dado que mais chama a atenção sobre a entrada para o mundo artístico é a *precocidade*. A maioria dos entrevistados mencionou que “desde muito cedo” já tinha o interesse desperto para o tipo de trabalho que mais tarde eles viriam a fazer “profissionalmente”. Quer dizer, já na infância ou adolescência muitos dos entrevistados pintavam, escreviam, desenhavam, dançavam e cantavam; porém, o faziam como uma diversão, como algo que simplesmente gostavam, que lhes dava prazer e lhes ocupava o tempo entre os estudos ou mesmo entre o trabalho. De fato, esta constatação é convergente com a literatura (por exemplo, Moulin, 1997), que também aponta a precocidade da carreira artística.

Outro motivo da entrada para o mundo artístico é a consequência de uma espécie de “transversalidade de competências”. A pessoa desenvolve uma competência ou habilidade em uma área não-artística e a estende em seguida para o domínio artístico. Isso é especialmente verdadeiro nos casos de mudança de carreira. Entre nossos entrevistados, alguns casos desse tipo revelaram que a aquisição de competências em um curso de graduação não ligado às artes (por exemplo, odontologia), facilitou a entrada (e permanência) na carreira artística (por exemplo, um dentista que se torna pintor e cujos conhecimentos sobre manipulação de materiais o ajudaram na manipulação da massa ou tinta para a pintura).

A “oficialização” de um *hobby* em atividade profissional foi outra via comum que encontramos entre nossos entrevistados para a entrada na carreira artística. Trata-se do seguinte: a pessoa inicialmente começa fazendo algo que “simplesmente gosta”, sem finalidade comercial ou pretensão de obter um reconhecimento graças a isso. Porém, com o passar do tempo esse *hobby*, distração ou passa-tempo, transforma-se em uma ocupação “profissional”. Veremos mais adiante alguns aspectos da definição, e consequente diferenciação, entre *hobby* (portanto, não-trabalho) e trabalho (no sentido de uma ocupação profissional). Contudo, por ora destacamos que a passagem de uma atividade feita aos moldes de uma “curtição” de criança, adolescente e mesmo adulto (entre nossos entrevistados), para uma carreira em que a pessoa dedica grande parte ou a maioria de seu tempo e à qual vincula sua identidade, pode ser pro-

vavelmente uma razão do motivo pelo qual se entra para o mundo artístico. Esse aspecto nos conduz a outro ponto ligado ao começo dessas carreiras.

Trata-se da relação estreita que os artistas estabelecem entre trabalho, carreira artística, e prazer. Inclusive, a maioria destacou que, para um trabalho ter sentido para eles, ele deveria propiciar prazer. De maneira bastante interessante, notamos que há entre nossos entrevistados uma certa representação “clichê” das outras carreiras, isto é, não-artísticas: não é infreqüente a idéia de que os profissionais que trabalham em empresas, escritórios etc., têm uma vida monótona no trabalho, visto como rotineiro, sem autonomia, sujeito às diretrizes de chefes e outros colegas. O artista parece ver-se como alguém “livre” do jugo das organizações modernas. Portanto, a entrada na profissão artística encapsula o desejo de autonomia, de liberdade, de “fazer seu próprio trabalho, à sua maneira”. Aparentemente, isso faz desta carreira uma fonte de atração e interesse.

Uma outra constatação é a influência que a família exerce na escolha dessa carreira. A maioria dos artistas citou ter nascido num ambiente propício às artes. Não importa se diretamente os pais; inclusive, há casos entre nossos entrevistados em que o pai tinha uma carreira completamente oposta às artes (o pai de um dos entrevistados era mecânico). Quando falamos família incluímos avós, primos, tios. Moulin (1997) realça esse ponto ao mostrar que, em sua amostra de artistas franceses, havia a influência do ambiente familiar na escolha pela carreira artística. Podemos enunciar a hipótese de que, quando há na família alguma influência artística, a pessoa é mais propensa a escolher a carreira, algumas vezes reproduzindo algum “mito familiar” (perpetuar a “tradição” profissional da família).

Porém, quando não há qualquer influência familiar convergente, pode ocorrer o contrário: a pessoa escolhe ser artista como um contraponto à negação parental. Entre nossos entrevistados, encontramos alguns (poucos) casos que parecem corroborar esta última hipótese – da escolha por ser artista como um “desafio”, algo como “vou mostrar que não é como pensam”. E nem sempre o desafio é dirigido aos pais ou aos membros da “socialização primária”; às vezes ele é dirigido ao outro não familiar, à “sociedade”. Neste caso, haveria mais um motivo para a carreira ser escolhida por esse seu componente (ou representação) de “questionamento”, de “ruptura”, de não seguir o curso que a maioria segue. Em síntese, pelo prazer derivado de uma biografia singular.

Alguns artistas relataram as dificuldades que enfrentaram logo no início de suas carreiras, quando por fim estavam convictos de que seguiriam o caminho das artes. Entre algumas das dificuldades, uma já foi anteriormente mencionada: a resistência dos pais. Sobretudo no caso de homens, há uma expectativa familiar de que “carreira”, *mesmo*, são aquelas que encontramos no mercado em geral: advogados, médicos, engenheiros, enfim, “carreiras sérias” que podem trazer alguma probabilidade maior de ganhos financeiros. Então, a primeira resistência “natural” a enfrentar, nos casos em que a família não tinha tradição artística, era provar, não só que o desejo pessoal deveria prevalecer, como também que seria possível viver “das artes”.

DELINEANDO

Neste estágio de carreira, daremos atenção a dois elementos em especial, ambos destacados na Tabela 3. Primeiro, o modo como nossos entrevistados foram dando corpo à sua identidade profissional como artistas; em segundo lugar, sua percepção sobre as competências (*know-how*) cuja aquisição foi necessária para o bom fluir de sua carreira considerando as características e particularidades do setor em questão e de sua cultura.

Identidade profissional

O primeiro aspecto da identidade artística, e que já adiantamos anteriormente, é a perspectiva da vanguarda: o artista é alguém que vai contra o senso-comum, entendendo este como “a opinião da maioria”, algo comum e, portanto, não necessariamente “bom” (em termos, digamos, morais) ou “belo” (em termos estéticos). Alguns de nossos entrevistados apontaram para a identidade artística como associada ao novo, à vanguarda, ao inesperado, ao belo – o qual depende, para sua configuração, do reconhecimento da singularidade, da não repetição. Aliás, alguns (ambas as entrevistadas de teatro) foram críticos com relação à “produção em série” da cultura – por exemplo, motivada por interesses financeiros ou então (o que dá quase no mesmo) para atingir um público muito grande e heterogêneo.

Ainda em linha com o comentário anterior, parece também haver, na identidade artística, uma associação com o “sublime” – quer dizer, o artista, por meio de seu trabalho (especialmente em áreas como pintura, literatura, teatro), transcende o momento na direção de uma comunicação capaz de “passar uma mensagem”, de gerar mudança / transformação no público, ou

então um questionamento (sobretudo de ordem existencial). Nesse sentido, o artista é um comunicador, um “mensageiro” ou o portador de um conteúdo de qualidade subjetiva importante, em suma e mais importante, um *autor*. Portanto, lançamos a hipótese, novamente baseada no *corpus* constituído por nossas entrevistas, de que a identidade artística lembra aqui um pouco o que Moulin (1997) chamou de “alter deus”.

No núcleo dessa representação está o conceito de “criação” (o qual, por sua vez, poderia nos ajudar a entender o porquê da idéia do artista como não reproduzidor do que está dado). O conceito de criação também depende (ou é consequência) de um outro conceito: o de arte. O que estes artistas entendem por arte? Alguns *insights* são possíveis, como o de que arte não é algo “para agradar a multidão”; de que arte é o que rompe com o *status quo*; arte é o que singulariza (ou é singular, *sui generis*); arte como “alimento” para transformar as pessoas (em alguns casos, os entrevistados referiam-se muito fortemente à idéia de arte como “terapia”).

Eu entendo que fazer arte não significa agradar multidões, mesmo porque arte é algum olhar e é impossível você ter algum olhar que corresponda o olhar de todos, somente quando você massifica. Mas massificar não é minha proposta. Até porque quem vive no teatro não está interessado nessa aprovação. Arte para mim é dar esse salto no escuro, apostando em uma idéia sem saber se vai ter público ou não. E também acho que a função da arte é comunicar. Quando você pensa em agradar, você restringe esse salto no escuro e, conseqüentemente, sua criatividade. [e2]

Curiosamente, porém, não encontramos entre nossos entrevistados referências à arte como ruptura de estilos (escolas) ou como elemento de crítica social, em sentido político. Inclusive, um artista (pintor) mencionou que um Portinari não teria hoje sucesso pois as pessoas não se interessam mais por “problemas ou desgraças sociais”, que segundo ele espalharam-se pela sociedade. Elas se interessariam, em sua visão, por obras mais “alegres”. Aliás, mesmo quando mencionam o poder transformador da arte, o fazem na perspectiva psicológica – transformação do indivíduo e sua “subjetividade”. Acreditamos que uma das razões dessas visões sobre arte é que a maioria de nossos entrevistados são artistas não integrados ao *mainstream* do setor, portanto, exibem alguma forma de marginalidade (ou assimetria de informações, a ponto de terem às vezes uma visão “comum” sobre o que é a arte e qual seu papel) A diferença entre esse tipo de artista e de um a que Becker (1982) denomina de “integrado” é que ele não participa dos processos de interação centrais da rede formada pelos artistas de seu segmento².

² Há exceções na amostra, como uma de nossas entrevistadas, que é uma destacada referência em artes plásticas (obras em cerâmica) no país.

Eu acho que a criatividade está em crise. Não tem mais o que ser criado. Eu procuro fazer coisas agradáveis para mim e para quem vai olhar o quadro. Nós estamos em um momento de muitos contrastes. Trabalhar o lado social hoje, como o Portinari fez, é complicado. Ninguém vai valorizar. Hoje para sobreviver de arte você tem de ser um pouco comerciante. [e3]

Algumas metáforas interessantes usadas por três entrevistados ao serem indagados sobre sua identidade profissional são de que a carreira artística “está no sangue”; ou de que “é uma necessidade orgânica”; ou ainda de que “criar é como estar grávido, precisando pôr [as idéias] para fora”. Esses entrevistados não sabiam explicar por que escolheram a carreira de artista ou por que simplesmente são artistas. Em nosso entender, isso aponta para um nível pré-formal de consciência profissional, quer dizer, para um nível tácito de identificação profissional. De um lado, ou se trata, digamos, de uma racionalidade extremamente singular (“só eu sei porque escolhi e as razões são ‘viscerais’”) ou da ausência mesmo de reflexão sobre os “porquês” da escolha profissional; ou ainda, pelo fato de a carreira artística, como dissemos, poder estar associada à vocação, de uma forte convicção de que não se questionam os motivos da própria identidade artística. Em uma visão essencialista (e tautológica), seria algo como: “sou o que sou porque sou”.

“Ser alguém apaixonado pelo que faz”. Encontramos essa descrição em diversas entrevistas e, no seu contexto, queriam dizer que a adesão à identidade artística não se faz “burocraticamente”, mas com afinco e forte envolvimento afetivo. Isso está provavelmente relacionado à representação de trabalho nesse meio, como dissemos antes: trabalho é o que dá prazer. Diversos entrevistados declararam que não fariam outra coisa na vida, se pudessem escolher (por exemplo, deixar de ser artista).

Naturalmente, há as circunstâncias da realização da entrevista que podem propiciar esse reforço da identificação com a própria carreira, de tal sorte que nenhum entrevistado afirmou estar “frustrado” ou “decepcionado” (ou equivalentes) com a própria carreira, apesar de se queixarem sobre as incertezas financeiras (como veremos a seguir). Mas um possível atenuante para os efeitos intrinsecamente influenciadores da entrevista é que a maioria declarou trabalhar muito, às vezes em uma jornada bem superior à observada na média das carreiras “tradicionais”. O intenso envolvimento com o trabalho, quer dizer, a extensa carga associada a ele, pode ser indício de centralidade da carreira artística.

Outra faceta que destacamos sobre a identidade artística refere-se à percepção do artista como alguém que vai se construindo à medida que o trabalho vai ganhando maior consistência (a obra, por exemplo). Aliás, isso não é certamente diferente das outras carreiras: a identidade, o auto-conceito, vão pouco a pouco se estabelecendo à medida que o próprio trabalho vai evoluindo. Isso ocorre se admitirmos que o trabalho é uma forma de “exteriorização” do sujeito. O artista (não só ele, bem entendido) conhece-se e se dá a conhecer mediante sua expressão em suas obras ou em seus trabalhos; nas escolhas que faz; nos projetos que aceita realizar e nos que nega; no tipo de reconhecimento “retornado” pelo público ou pela comunidade artística imediata à qual pertence.

Façamos um detalhamento do último item acima, referente ao papel do reconhecimento do trabalho do artista na construção de sua identidade. O reconhecimento, entre os artistas que entrevistamos (provavelmente, não só), ocorre quando o “público” valoriza seu trabalho, encontra nele alguma utilidade e lhe retribui de algum modo (financeiramente, ou com aplausos). Alguns entrevistados mencionaram que se sentem “menosprezados” pelo público, ou, mais genericamente, pelo “mercado artístico brasileiro”. Mencionam a falta de histórico cultural de valorização às artes no Brasil; o “pouco auxílio” prestado pelo governo (dois entrevistados questionaram, por exemplo, a efetividade da Lei Rouanet). Um desenhista entrevistado queixou-se de que seu trabalho é pouco reconhecido, a despeito de sua importância e da contra-prova de que, nos EUA por exemplo, os desenhistas são tratados de forma diferente (no sentido de os valorizarem mais).

Eu acho que a falta de reconhecimento. É triste você fazer um trabalho e ninguém dar valor. Triste porque você se questiona se as pessoas não gostam do seu trabalho, ou se você não tem talento, ou se você está na carreira errada etc. Além de se perguntar qual o valor do seu trabalho. [e16]

A profissão de desenhista não é tão valorizada no Brasil, embora seja um trabalho que envolve quase todas as artes. O desenhista tem de bolar roteiro, desenvolver a história, fazer o desenho, fazer a arte-final e colorir ou animar. Todo processo praticamente é feito pelo desenhista. Tem trabalho de desenhistas que são verdadeiras obras de arte, mas não são valorizados. [e18]

Independentemente das razões pelas quais alguns de nossos entrevistados fizeram essa crítica à “falta de reconhecimento” (às vezes isso é menos uma crítica do que uma “revolta” muito particular), fato é que o artista deve lidar com seu público para fechar o elo entre seu auto-conceito (sua identidade pessoal) e o conceito que lhe dão (sua identidade social). O reconhecimento, no caso da identidade artística, joga um papel diferente do observado em carreiras

mais tradicionais: como se define um artista? Qual a diferença entre um artista profissional e um amador, cujo trabalho serve para lhe ocupar o tempo? Na empresa, o funcionário é reconhecido por sua função devidamente formalizada num cargo e estrutura organizacional. E o artista, cujo regime de trabalho é sobretudo “autônomo”? Naturalmente, uma forma de responder à questão é dizer que estaremos diante de um profissional quando o valor gerado por ele for identificado como útil (valor de uso), quaisquer que sejam as razões. Como consequência, ele receberá pelo seu trabalho. Assim, uma primeira maneira de responder a essas questões é dizer que o artista é profissional quando vive de seu trabalho.

A última afirmação pode dar margens para diversos questionamentos, sobretudo de que o tipo de valor gerado pelas artes é de um tipo especial – um valor cultural (Throsby, 2001a). Para contorná-los, voltemos às nossas entrevistas. Um de nossos entrevistados, que é pintor, interroga-se sobre qual a diferença dele, como pintor, de uma pessoa que fica em uma praça pública fazendo retratos dos transeuntes que lhe pagam um valor módico. Outra entrevistada, uma ceramista, pergunta-se sobre o porquê de uma pessoa preferir pagar pouco por uma porcelana industrializada, feita a centenas e muitas vezes em moldes singelos, em vez de um pouco mais por uma feita por um artista, que usa de criatividade, dedicação, talento e tempo para produzir uma peça singular e tecnicamente superior. Em sua fala, uma queixa implícita sobre o problema da “falta” de reconhecimento do próprio trabalho.

É um processo essencialmente industrial [a produção em série de peças de artesanato]. Se for uma pessoa “produzindo” ela pode fazer diversas peças sem saber o que está fazendo. Apenas operando o processo, uma atividade bem mecânica. Na hora de decorar, eles trabalham com decalque, que é uma coisa muito padronizada e sem nenhuma criatividade. Agora a peça feita pelo artista demora muitas horas para ficar pronta. É um trabalho muito duro, que exige concentração do artista e a decoração é feita com o pincel, trabalhado especialmente... e uma peça nunca sai como a outra. Há uma singularidade. São coisas feitas de maneiras diferentes; quando você entende isso, você passa a valorizar o artesanal. Tem muito de subjetividade para classificar uma como arte e outra como não-arte [e6].

Além de uma “queixa” sobre a falta de reconhecimento, há uma outra idéia contida na passagem acima, dita por uma artesã (de cerâmica). Trata-se da “falta de conhecimento” do público. Uma pessoa que conhece um trabalho artístico *aceitaria pagar* mais pela peça assim produzida do que pela industrializada. Isso nos remete a outro ponto, precisamente o do papel da obra de arte junto ao público que a adquire. Um colecionador, sabemos, não costuma medir esforços (às vezes, nem recursos) para adquirir uma peça que, para outras pessoas (às vezes,

para o grande público), não teria qualquer valor de uso. Mas um colecionador *conhece* o mercado de arte em questão e, por essa razão, *sabe valorá-lo*.

No caso da maioria dos artistas entrevistados, a avaliação de seu trabalho, portanto, a fonte de seu reconhecimento, varia entre *marchands* e representantes (no caso da pintura); alunos (no caso de dança); o grande público (no caso da literatura, do cinema e até de desenho e artesanato); um público seletivo (no caso do teatro); um contratante (no caso de um programa de computador); outros públicos especializados (no caso de arte multimídia). São, como se vê, públicos heterogêneos nos quais os circuitos de reconhecimento, valoração (no sentido de pôr um preço) e valorização também variam. Em todo caso, é nesse circuito em que se vêem os artistas/profissionais que entrevistamos, que com esforço precisam se manter conhecidos, “visíveis” e “com um trabalho qualificado”.

Finalmente, uma última faceta da identidade artística, de acordo com os entrevistados desta pesquisa, é a diferença entre artista profissional e amador. Compreensivamente, a maioria deles se percebe como profissional. Algumas evidências de tal profissionalismo incluem, de modo implícito ou explícito na fala dos entrevistados: a qualidade do trabalho; os critérios e o rigor utilizados; a dedicação (em termos de treinamento, formação ou prática); a competência para manipular materiais ou idéias; a existência de uma metodologia de trabalho, quer dizer, de uma seqüência relativamente padronizada de atividades (ao contrário de uma simples “passagem ao ato” criativa); a seriedade (novamente, contra a pura “paixão” ou “empolgação” de momento); e o fato de se ganhar algo pelo trabalho (há alguém que paga... logo, há um “bom” indício de que a atividade é profissional).

Entendemos que a questão do profissionalismo versus amadorismo remete a uma outra, a do *hobby* versus trabalho. Pois o “amador” não necessariamente busca, com sua atividade, a obtenção de algum valor de uso (isto é, não visa à produção de riqueza); nem se enquadra em categorias como “padrão de qualidade”, “tempo para realização”, “organização do trabalho” e outras que sugerem algum critério extrínseco à atividade e que, de alguma forma, a regula. O *hobby*, ou lazer, trata-se de atividade informal, feita para “seu consumo próprio”. Assim, trabalho pode ser definido como um conjunto de atividades dirigidas para a produção de potenciais valores de uso ou utilidade (para si mesmo e também para os outros), fazem parte de um todo maior (diferentemente do *hobby*, que se fecha em si mesmo), possuem uma disciplina interna e algum tipo percebido de “seriedade” (Nogueira, 2000).

Qual a diferença entre trabalho e hobby? Nenhuma. A não ser que talvez por definição social o trabalho seja remunerado e o hobby não. Porque se o meu hobby for fotografia, ele é hobby para mim. Mas para o fotógrafo é trabalho. Tem outra coisa. O prazer que você tem em fazer determinada atividade. Você pode dizer que isso é determinante para definir trabalho hobby. [e4]

Como demos a entender na categoria anterior, quando arrolamos os principais motivos encontrados nesta pesquisa sobre os motivos da entrada para o mundo das artes, os artistas vivem a experiência de trabalhar com algo que lhes dá “grande prazer” e satisfação (a julgar, como apontamos, pelo extenso tempo que mencionaram dedicar às suas respectivas atividades). Ou seja, é como se extraíssem a carga afetiva que normalmente acompanha a execução de um *hobby* e a transferissem para o exercício do trabalho, na definição dada a este no parágrafo anterior. Obviamente, isso não significa que eles não possam se deparar, e sofrer, com as particularidades do trabalho: prazos, horários a cumprir (às vezes, impostos pela própria atividade a realizar), conflitos com fornecedores, pares ou subordinados, problemas com a valoração do trabalho, demandas “extrínsecas” de tarefas, entre outras.

Pintar me dá prazer, mas nem sempre. Tem hora que eu não estou afim de pintar, mas eu tenho de pintar. Ai é um saco. Por exemplo, isso aconteceu há pouco tempo. Eu tinha uma exposição com obras inéditas para o começo de maio. Em novembro do ano passado eu comecei a pintar. Em janeiro eu calculei quatro meses para finalizar o trabalho. Comprei o material e comecei a pintar. Eu fiquei sentado, só pintando. Minha barriga cresceu, eu engordei. Tinha dias que eu não tava a fim de ficar pintando. Só que pelo meu cronograma eu precisava, senão não teria as obras necessárias para a exposição. [e4]

Muitas pessoas têm uma visão meio amadora do trabalho. Acham que eu faço apenas por amor e geralmente até falam “Você sim vive feliz, porque trabalha quando quer, faz o que gosta e não tem patrão!”. Mas na realidade não é nada disso. É uma vida difícil e não basta apenas gostar e amar o que faz, você tem de ser profissional. Por exemplo, para fazer uma charge do Lula eu preciso ler muito antes, porque não se trata apenas do desenho, mas também de uma crítica inteligente e bem humorada. As vezes você fica horas e mais horas até ter uma idéia. [e18]

E, de fato, encontramos entrevistados que apontaram exatamente para essas particularidades do trabalho. Uma entrevistada, que foi bailarina e hoje é professora de balé e coreógrafa (sendo esta última a faceta de sua identidade de que mais parece gostar), destacou a dificuldade que enfrenta toda vez que tem atender a algum pedido de trabalho motivada principalmente pelo ganho financeiro.

Teve muita aula que eu aceitava dar só pelo dinheiro. Não vou te dizer que minha vida toda eu trabalhei com público que me agradou, porque não é verdade. Eu gosto de ensinar a dançar e ensinar que eu sei que pode me trazer um bom resultado. E coreografia, se pudesse passava o ano inteiro coreografando.

Hoje com meu estúdio eu começo um trabalho de criação que me agrada muito. Às vezes eu sou contratada para coreografar para escolas com crianças de 5, 4 e até 3 anos e tenho de fazer um trabalho sob “encomenda”. Acho isso um saco. Porque as mães são difíceis e as diretoras são piores. A diretora quando te contrata, ela exige que você faça o que ela quer. Ela não te dá autonomia. Isso é uma coisa que eu me submeti muito por causa da falta de dinheiro. E me incomoda profundamente, me frustram, porque eu estou fazendo só para ganhar dinheiro sem poder colocar minha marca em nada e discordando de tudo o que acontece. Desespero de não ter dinheiro para pagar as contas e por isso aceitar qualquer trabalho. [e13]

[Trabalho] É fazer um projeto que você não gosta e que só faz pelo dinheiro. Trabalho é uma coisa que você faz sem necessariamente gostar e algumas vezes sem concordar. Agora fazer a sua arte, o que você gosta, isso é divertimento. [e18]

Eu tenho nove livros publicados. Para continuar publicando eu não quero fazer parte do esquemão. No começo eu até queria, hoje não. Não quero vender minha liberdade por dinheiro. [e7]

Outros artistas apontaram para um sentido parecido que este da perda de autonomia, talvez, apenas, com menos veemência que estes entrevistados. Adicionalmente, nossa interpretação essencialmente qualitativa das entrevistas em termos de âncoras de carreira, isto é, daquele núcleo da identidade mais representativo do “si mesmo”, sugere que a “autonomia” é uma das mais salientes. Entendemos que isso faz sentido se considerarmos a auto-descrição do artista como “criador” ou, mais precisamente, “autor” (ver *infra*). Podemos introduzir aqui mais uma hipótese, segundo a qual uma identidade orientada por uma sensibilidade “biográfica” pode deixar o artista com um limiar mais baixo para tolerar as obrigações que normalmente acompanham qualquer forma de trabalho (em contraposição ao *hobby*).

Você fica meio automático [quando trabalha numa orientação estritamente comercial]. O prazer maior é fazer o que eu tenho vontade. Mas para sobreviver, as vezes é preciso aceitar outras formas de trabalho. O mercado de arte no Brasil é muito complicado. Tem pessoas que investem nos jovens talentos, tem outros que investem nos talentos em ascensão. Você precisa tentar ficar nesse meio. O artista que vive da arte cai para o lado da produção. [e3]

Eu acredito que existem dois tipos de ilustrador, na minha opinião. Ilustrador que faz de tudo e o ilustrador criador. [...] Seria algo muito frustrante o ilustrador-criador trabalhar muito tempo em algo que não é dele. Até por isso eu não fico muito tempo desenhando para editor. A não ser quando to precisando de um *freela*, ou quero me reciclar. Quando estou com meu material eu me afasto e foi cuidar disso. Eu me realizo profundamente com minhas personagens porque é algo que sai de dentro de mim, eu coloco para fora minha inspiração. [e10]

Houve momentos que faltou prazer, mas tive de pintar por obrigação. Quando eu faço por obrigação, meu envolvimento emocional é diferente. [e4]

Competências necessárias e sua aquisição

Quais são as competências necessárias para atuar nesse setor ou, mais especificamente, quais foram as competências, o modo como nossos entrevistados as adquiriram e que os ajudaram a

se fixar e navegar nesse setor e nessa carreira? Portanto, essas serão as questões que trataremos nesta seção.

A primeira constatação neste quesito de formação é a elevada incidência do auto-didatismo entre nossos entrevistados. Ao menos 13 deles mencionaram não ter tido um treinamento formal na área em que decidiram atuar. As razões variam: primeiro, porque em alguns casos não havia disponibilidade de escolas, cursos ou similares para a realização de formação. É o caso de um de nossos entrevistados, um importante diretor e produtor audiovisual que, por ter entrado há muito tempo atrás no setor, teve de descobrir por si mesmo e com ajuda de colegas os caminhos não só da carreira, como do setor ele próprio.

Em segundo lugar, há carreiras cuja necessidade de treinamento formal não é decisiva (Moulin, 1997). Veja-se, por exemplo, o caso dos dois pintores aqui entrevistados: ambos não fizeram cursos de pintura – para adquirir técnicas de algum estilo consagrado, por exemplo, arte acadêmica. Ambos foram lapidando suas habilidades *on the job*. O fato de não terem feito um treinamento formal em artes plásticas ou congêneres não os impediu, todavia, de pintar. Situação diferente encontramos entre os desenvolvedores de *software*, que têm uma premência maior por treinamento para aquisição de conhecimentos formais sobre programação – ainda mais se considerarmos o setor de tecnologia com uma velocidade de desatualização maior do que a observada em outros setores.

Dizer que é artista é fácil, mas como a pessoa comprova? Você, por exemplo, fez uma faculdade de psicologia para dizer que é psicólogo, mas é o artista? O artista simplesmente diz que é artista. Eu fui autodidata. Apreendi tudo sozinho, fui descobrindo, pesquisando. [e4]

É um terreno muito arriscado [o das artes] e no qual não temos formação preparada no Brasil. Então para o ator é um terreno nebuloso, porque você não sabe a técnica, você não tem quem te treine e, enfim, não tem uma escola que te ensine a interpretar para o cinema. [e2]

Em terceiro lugar, há aspectos da formação artística que não se igualam aos comumente encontrados em outras carreiras em matéria de formação. Veja-se, como exemplo, o caso de uma das dançarinas que entrevistamos. Seu treinamento “formal” consistiu em ter aulas de balé desde muito cedo. E ela teve essas aulas na perspectiva que apontamos anteriormente: a de ser um *hobby*, ou então focando no desenvolvimento e no domínio do próprio corpo, postura etc. À medida que ia se tornando mais hábil na dança, passa a se apresentar publicamente em algumas circunstâncias e a dar aulas. Quer dizer, neste caso parece funcionar o formato

mestre-discípulo, sendo o primeiro quem avalia o momento e a capacidade de seu aluno para tornar-se, por sua vez, um bailarino, dançarino ou professor.

Em terceiro lugar, se considerarmos que os mecanismos de reconhecimento na área não seguem, necessariamente, um padrão pré-determinado, fica igualmente difícil para o artista dedicar-se a um treinamento formal, pois este não será garantia de um bom trabalho e, conseqüentemente, um reconhecimento público. É o caso de uma das ceramistas que entrevistamos, cujo trabalho é realizado sem um treinamento formal, mas a partir de observação pessoal, pesquisa e “ensaio” (experimentação). Quando pensamos em uma carreira tradicional, digamos, um psicólogo, o treinamento é decisivo não só para a aquisição de teorias, técnicas e métodos de trabalho, mas para garantir uma certificação profissional, a qual é amparada juridicamente. No caso do artista, uma certificação desse tipo não teria o mesmo peso – nota: é claro que isso depende do setor em questão (ver o exemplo de *software, infra*).

Em quarto lugar, e como decorrência das colocações do parágrafo anterior, a ausência de certificações formais, acompanhadas da ausência de instituições ou órgãos de classe específicos que garantam sua legitimidade profissional e jurídica, aproxima este tipo de carreira artística de um termo que Weick e Berlinger (1989) denominaram de “carreiras de improvisação”, no sentido de auto-desenhadas. Quer dizer, não só a identidade se forma na dependência de grande autonomia pessoal, como também a aquisição da competência *know-how*.

Há, inclusive, alguns entrevistados que se mostraram céticos com relação à educação formal para as artes. Os dois pintores entrevistados, em particular, destacaram que não se adquire “talento” nas escolas hoje. Segundo eles, a escola muitas vezes enfatiza a repetição, e não a criatividade. Considerando o comentário que fizemos em outro local deste texto, sobre a “marginalidade” de alguns de nossos entrevistados (no sentido de não serem exatamente o que Becker [1982] denominou de artistas integrados), é de se esperar esse posicionamento em relação ao treinamento formal. Provavelmente se eles fossem artistas integrados e, portanto, de algum modo preocupados com a reprodução do campo, sua opinião poderia ser diferente. Em todo caso, como hipótese, podemos pensar que a formação e o auto-didatismo tenham valores percebidos distintos se considerarmos o posicionamento do artista no campo do qual julga fazer parte.

Mudando agora o foco (saindo da questão da aquisição da competência), faremos uma síntese das entrevistas em relação às competências necessárias para a atuação nesse setor e carreira. E o fazemos em “blocos” de competências ou habilidades mais citadas.

O primeiro bloco refere-se à importância do *talento* para o desempenho das atividades artísticas. Não vamos entrar aqui na discussão se talento é ou não uma “competência”. Vamos apenas dizer que parece haver um duplo posicionamento de nossos entrevistados: de um lado, vários afirmaram que talento é algo com o que a pessoa nasce; de outro, há os que acreditam que talento pode ser de algum modo “adquirido” ou então aperfeiçoado. E há também alguns (poucos) que apostam no caminho do meio: de que é preciso talento mas que ele, sozinho, não é suficiente, sendo igualmente necessário disciplina, esforço e um método de trabalho. Seja como for, entendemos que “talento” possa ser uma palavra importante na representação da formação artística.

Dois aspectos que devem caminhar em paralelo. A capacidade/talento para realizar o trabalho e a forma de realizá-lo. Quando essas duas coisas estão no mesmo nível, significa que está bom. [e12]

Na minha opinião, a linha divisória para definir quem é ou não artista é o talento. Que é uma coisa cada vez mais negada, inclusive por artistas renomados. Eu já acho que você nasce com talento e desenvolve durante a vida. [e4]

Acho que primeiramente [em termos de competências para ser artista] é preciso ter talento e depois gostar. É preciso saber se reciclar também, porque é o tal negocio você pode ser super talentoso, mas sem não tomar cuidado torna-se repetitivo.

A pessoa desenvolve [talento], descobre ele na profissão. Acho que é possível até aprender. É uma questão de disciplina e força de vontade. Acho que até criatividade você aprende. É possível estimular nossa competência criativa. [e11]

Talento pode ser então uma condição necessária, mas não suficiente. Assim, um segundo bloco de competências ou habilidades envolveria o que vamos aqui chamar de “competências ascéticas” (notadamente corporais). Quer dizer, para ser artista, é preciso muito “sacrifício”, muito treinamento, muita força de vontade e persistência. Considere-se, por exemplo, as competências necessárias para uma pessoa dedicada à dança: uma de nossas entrevistadas, ao destacar a formação no balé, menciona o elevado grau de disciplina necessária: do corpo, da mente. É preciso regular a alimentação, ficar continuamente atento à postura, e, ainda jovem, o bailarino corre o risco de ver sua carreira comprometida por conta de lesões (como, aliás, foi o caso dessa nossa entrevistada, que logo teve problemas nos joelhos e se viu impedida de dançar regularmente).

No teatro, uma de nossas entrevistadas destacou a fundamental necessidade de o artista sintonizar-se à cena que está desempenhando. Há, portanto, uma intensa exigência afetiva também nesse trabalho. Para agüentá-la, diríamos nós, o artista precisa de *resiliência* (essa palavra não foi usada por nenhum entrevistado; nós a estamos inserindo por acreditarmos que ela capta bem o que esse bloco de competências que chamamos de ascéticas quer dizer).

Um outro bloco são competências de natureza mais afetiva, por assim dizer. Envolve competências como “saber se comunicar com o público”, já que o artista, como dissemos a propósito de sua identidade, é um comunicador; “obsessão” pelo trabalho, quer dizer, a necessidade de envolver-se afetivamente com o próprio trabalho (talvez isso ajude a explicar a carga de trabalho elevada que nossos entrevistados disseram ter normalmente); “entusiasmo”; capacidade de expressão (o que nos remete à identidade do artista como comunicador); curiosidade; “contato com a vida cotidiana” (por exemplo, um de nossos entrevistados em Arte multimídia criou um personagem muito famoso sobre “porteiros” e, para alimentá-lo, teve de “mergulhar” no universo sociológico desta classe de profissionais).

Um último bloco de competências incluem as de natureza mais propriamente “cognitiva”. Neste caso, destacam-se: capacidade de observação – esta foi uma habilidade destacada por diversos artistas; empreendedorismo (um dos entrevistados, um desenhista, afirmou que ele se destaca entre seu pares justamente por ter uma “visão de negócio” de sua atividade); habilidades musicais (no caso de música – provavelmente habilidades sonoras, de diferenciação de som ou uma “inteligência sonora”); domínio de ferramentas técnicas atualizadas (no caso de desenvolvimento de *software*); habilidades de pesquisador.

Esta última competência possui uma característica interessante (“habilidades de pesquisador”), pois os artistas que a mencionaram o fizeram no contexto em que falávamos sobre a imagem do artista como alguém exclusivamente “inspirado”, “maluco”, “apaixonado”, ao passo que, na vida real, o artista depende de intensa rotina de pesquisas, investigações, entrevistas e até de experiências etnográficas. Uma de nossas entrevistadas da área de Teatro afirmou que certa vez ficou anos dedicada a essas atividades de pesquisa antes de conseguir concluir uma peça que estava escrevendo. Ou então um de nossos pintores, que afirmou ter pesquisado sobre hábitos de vestimenta em determinadas épocas para então retratá-los em suas pinturas.

NAVEGANDO

Esta categoria ou estágio de carreira, de acordo com o exposto na Tabela 3, possui três tópicos: as estratégias utilizadas pelos artistas para lidar com o ambiente em que atuam (com o setor respectivo); algumas características gerais do conteúdo do trabalho (condução de projetos, cadeia de valor, execução “típica” etc.); a natureza do processo criativo (a importância da criatividade); e a importância das redes para a condução da carreira e do próprio trabalho.

Estratégias de carreira

De uma maneira bem simples, estratégias de carreiras são formas pelas quais a pessoa lida com as adversidades do ambiente em que atua, bem como programa-se ou se prepara para lidar com eventos esperados futuros. Sendo assim, vamos aqui considerar primeiro o “evento” ou característica (dado) de realidade ao qual nossos entrevistados endereçaram uma estratégia que os tem ajudado a “navegar” nesse mercado e com essa carreira.

O primeiro dado de realidade é a instabilidade financeira desse mercado. Como vimos na seção teórica, essa é uma característica recorrente e universal da carreira artística (Moulin, 1997; Menger, 1999; Throsby, 2001a; 2001b). A estratégia que encontramos entre nossos artistas é a da dupla carreira – a qual pode ou não estar relacionada à arte em questão. Quando está, assume algumas formas (baseando-se, novamente, em nossa amostra de entrevistas): dar aula em alguma escola especializada; desenvolver e oferecer “oficinas”; criar um ateliê e nele dar aula; trabalhar com registro em alguma empresa do setor (um entrevistado é *designer* em uma editora). Por outro lado, quando não relacionada à arte, a segunda carreira pode ser uma de tipo tradicional. Por exemplo, um de nossos entrevistados é, além de músico, um procurador público (como advogado).

Ainda associada a instabilidade financeira e também à incerteza aparentemente inerente ao setor, encontramos a estratégia da diversificação da carreira. O termo que os desenhistas entrevistados usaram é “diversificar o portfólio”. No caso deles, como a demanda oscila muito, é arriscado demais fixar-se em um único estilo, pelo qual o artista passa então a ser identificado no mercado. Ademais, há inclusive, como vimos anteriormente, um conceito na literatura de gestão de carreira que denomina isso de “carreira-portfólio” Templer & Cawsey

(1999). Trata-se de uma estratégia pela qual a pessoa se especializa em algumas frentes de trabalho, as quais incluem estilos diferentes, públicos diferentes, materiais usados diferentes, entre outros.

Como você não trabalha em empresa, quanto mais diversificar seu leque de atividades, mais oportunidades terá na carreira. Essa é a forma para sobreviver. Nessa carreira não tem uma coisa tão delimitada, até porque a natureza da profissão é meio incerta. Então quando você encara um projeto de direção, você concentra suas energias ali. Quando aparece um filme, sua vida vira o filme. Claro que esse trabalho que eu faço junto as empresas demanda uma regularidade, senão não é possível. Mas nós nos movemos por projetos. (...) A pessoa precisa ser polivalente, ter o campo aberto e diversificar. Acho que quanto mais conhecer o mundo – pela capacidade camaleônica que o ator deve ter – é melhor. [e2]

A metáfora, usada acima por esta entrevista, de “capacidade camaleônica” remete a outra metáfora encontrada na área de gestão de carreira, a da “carreira proteana” (Hall, 2002). Como no mito, em que Proteus muda de face dependendo da circunstância, assim também seria a carreira do artista nesse retrato feito pela entrevistada (que é de Teatro). A mudança de “face” ocorreria à medida que mudam os projetos nos quais o artista se envolve. Algo como: “projeto novo, vida nova”. Mas essa mesma artista destaca que às vezes esse tipo de rotina gera cansaço, pois mesmo o artista “camaleão” precisa de um “porto seguro” (como a entrevistada o chama) representado pelo emprego “tradicional”. Mas essa possibilidade não é aberta ao artista.

Essa é uma carreira que faz com que você esteja sempre em busca de novos projetos; uma carreira que exige que você se renove e que faz com que você se movimente muito. Por outro lado, isso é super cansativo. Chega um momento que todo ator pensa: “Eu gostaria de ter um emprego fixo!” (risos). Mas nós temos uma personalidade que é treinada para essa rotina. Por isso eu gosto bastante dessa improbabilidade. Embora todo artista precise de um “porto-seguro” para lidar com a incerteza da carreira. Então ele tem de ter uma loja, ou dar aula, ou ser funcionário público. Porque no Brasil é muito difícil você viver de arte, você depende muito de projetos, ou de incentivo pelas leis de fomento etc. [e2]

Essa mesma entrevistada acima confirmou um ponto da literatura sobre carreira artística que é o prazer extraído da incerteza inerente à profissão. Em vez de encará-la apenas como obstáculo, a incerteza, essa entrevistada também a entende como uma oportunidade, como possibilidade de não se fixar na rotina. Portanto, conforme destaca Menger (1999), o caráter aberto e indeterminado do “produto” e da carreira artísticos podem agir como fatores motivacionais e de engajamento.

Outra estratégia que encontramos, notadamente entre músicos e escritores, é a importância de publicar ou se lançar por uma grande editora. Do ponto de vista do reconhecimento, ter uma obra encampada por uma editora gera um efeito importante de fixação no mercado. Institu-

cionalmente, essas editoras ou gravadoras atestam a qualidade e a identidade do artista, colocando-o em um circuito comercial. Quando da impossibilidade disso, como ocorre com um de nossos entrevistados que é escritor, a estratégia é seguir pelas vias do “alternativo”: publicar, “caseira e artesanalmente” os próprios livros e usar de uma outra estratégia para divulgá-los e vendê-los: a Internet.

[Então] passei a publicar de forma independente. Gostei dessa experiência alternativa e notei que não havia necessidade de se veicular a nenhum grupo editorial para seguir na carreira. Depois desse momento não me interessei em ter contato com editoras. Eu republicuei meus livros por uma editora que criei para ser independente. Entenda, eu não quero, pelo menos por enquanto, me prender a editora. Tem uma diferença entre você ser o dono da sua obra e a editora. Quando você passa os direitos para ela, ela faz o que ela quer, o livro sai do jeito que ela quer, o preço é do jeito que ela quer, você ganha 10% no máximo sobre o preço de capa. Eu acredito que em breve acontecerá com as editoras o mesmo que com as gravadoras. Os escritores vão conseguir produzir, divulgar e comercializar por conta própria. Tudo pela internet. Se uma editora se interessar por meu trabalho, ela escolhe um livro. Eu não vou dar todos os direitos de meus livros, porque não me interessa. [e7]

Algo semelhante ocorre quando o artista aparece em uma rede de televisão ou jornal, como ocorreu com um de nossos entrevistados, que é músico. Ao ser entrevistado no “Programa do Jô”, multiplicaram os pedidos de trabalho (no caso, ele é músico em uma banda de trovadores, que faz serenatas na cidade de São Paulo). Outro artista, que trabalha com arte multimídia e que também apareceu no Jô, observou uma importante consolidação de seu personagem (conhecido como “Porteiro Zé”). Inclusive, o “Porteiro Zé” é um excelente exemplo de trabalho inteiramente alavancado pela Internet – a qual também é usada por outros artistas, que têm *blogs*, grupos no *Orkut* e *sites* pessoais onde normalmente é possível encontrar uma biografia e amostras de seus trabalhos.

Ganhar prêmios importantes é outra estratégia, cuja essência certamente é a mesma de ser publicado / lançado por uma editora / gravadora. Um de nossos entrevistados, que é um dos principais nomes da publicidade brasileira, destacou que sua carreira foi impulsionada quando ganhou um prêmio em Canes. Isso parece ser especialmente verdadeiro para o universo da publicidade, onde *visibilidade* é um dos principais capitais de que dispõe o profissional. Inclusive, este profissional possui uma diferença em relação aos demais: sua carreira confunde-se, em boa medida, com o desenvolvimento do próprio segmento / mercado em que atua. Quer dizer, como o mercado era incipiente quando ele entrou, e como ele desempenhou uma série de atividades notórias, isso repercute na institucionalização desse mercado. Este seria, diferentemente de outros artistas de nossa amostra, um “artista integrado” (Becker, 1982), fazendo parte do mercado como um de seus “*shapers*” (ver ainda nota de rodapé 2).

Ao redor dessas estratégias principais podemos resumir outras: participar de exposições; expor-se em lojas de museus (para vender suas peças); associar-se a um *marchand* ou representante artístico; focar no mercado internacional; escrever crônicas para jornais; concentrar-se em grandes centros culturais urbanos (SP e RJ); usar de publicidade; produzir jornais gratuitos com conteúdo educativo para escolas, aproveitando para expor-se; atuar em segmentos inéditos dentro do mercado em questão; abrir uma escola de dança; diminuir a produção de telas (no caso de pintura) para elevar o preço e não passar a imagem de que se está produzindo muito a título comercial; lançar-se em uma carreira de empreendedor; fazer parcerias com prefeitura ou governos para atuar em projetos sociais; ter parentes ou familiares integrados no mercado e que possam, dessa maneira, “abrir portas”.

Conteúdo do trabalho

O segundo tópico que vamos analisar refere-se a algumas características gerais do conteúdo do trabalho artístico. Como nossa amostra é bastante diversificada e pouco aprofundada, com 10 setores e apenas 2 pessoas para cada um deles, limitar-nos-emos às informações disponíveis (que não são exaustivas) e a alusões feitas em algumas entrevistas. Para um aprofundamento da cadeia de valor de cada setor / atividade seria necessário uma outra organização desta investigação (amostra e roteiro da coleta de dados). Em contrapartida, no próximo item, referente ao processo criativo propriamente dito, poderemos aprofundar melhor questões relacionadas à natureza do trabalho artístico (embora mais na perspectiva do indivíduo do que da cadeia produtiva).

Em primeiro lugar, notamos uma espécie de gradiente que vai desde trabalhos cuja interdependência é grande até outros em que ela é menor ou quase nula. No teatro, por exemplo, nossos entrevistados destacaram a premente necessidade de fracionar o trabalho em funções especializadas que, no entanto, dependem de uma coordenação e integração de conjunto. Na música, a necessidade de apresentação de *shows* e turnês faz igualmente haver interdependência e uma divisão de tarefas a princípio mais formal e especializada. Já na literatura e, especialmente, na pintura, essa interdependência é menor, de sorte que o trabalho se realiza em função de estilos diferentes e formas de trabalho diferentes (em suma, a rotina produtiva varia

em função dos perfis dos profissionais). Nestes dois casos (pintura e literatura) não há divisão de tarefas e o processo é imediato entre o autor e sua obra em construção.

Em geral, como ponto de convergência, notamos que os trabalhos artísticos têm uma complexidade e uma dinâmica que exigem muito dos artistas, em termos de tempo, dedicação, às vezes de deslocamentos físicos (como filmar em diversos lugares, ou ensaiar, ou apresentar-se). Nos trabalhos de tipo complexo e interdependente, há necessidade de forte coordenação e de pessoas especialmente focadas nas dimensões administrativas (como com um músico de nossa amostra, cujo grupo envolve mais de 80 pessoas).

Adicionalmente, uma característica dos artistas pode complicar o quadro descrito no parágrafo anterior: o *perfeccionismo*, a sensação de que sempre há algo a melhorar no trabalho e de que ele ainda não está completo. Essa característica já foi identificada na literatura (Moulin, 1997). Conseqüentemente, às vezes há retrabalho e, quando possível, várias tentativas antes da versão final (no teatro, por exemplo, isso é possível, contrariamente do cinema, onde não há possibilidade de reiteradas gravações de uma mesma cena – disse-nos a entrevistada que trabalha na área). Tudo isso alonga o processo e pode torná-lo desgastante. Desgastante inclusive fisicamente, como ocorreu com um dos pintores entrevistados, que desenvolveu uma fibromalgia, comprometendo os movimentos de seu braço e sua precisão mecânica.

Há, como dito, grande variação entre os setores considerados. Veja-se o caso de *software*: esta é uma área em que se pode encontrar uma rotina produtiva mais delineada: o desenvolvedor capta o pedido junto a um cliente; refina essa demanda de modo a especificá-la para o cliente e, depois, para seu programador; passa para a programação (que é uma linguagem, como se sabe); testa o programa; implanta-o no cliente; e oferece assistência pós-venda. Como se vê, é uma cadeia clara. Em outros casos, como veremos a seguir, o processo criativo segue uma rota às vezes *sui generis*, como quando a pessoa tem um *insight* dentro do carro e se põe depois a escrever, cantar, pintar etc.³ De qualquer modo, a despeito dessas diferenças, fato é que, no geral, trata-se de um trabalho realizado num ambiente de elevada incerteza e frequentemente sem comparações prévias (isto é, o produto/serviço em questão possui graus distintos

³ Contudo, mesmo nesses casos – e sem poder detalhar esta questão aqui – há um esboço, às vezes até consolidado, de uma rotina de trabalho, mas de ordem bastante pessoal (como no exemplo que daremos ao explicar a metáfora do “processo criativo como hipnose”, no próximo item desta seção).

de singularidade, diferente de uma “linha de montagem” em que se reproduz sempre o mesmo objeto).

Outro exemplo de uma cadeia produtiva mais estável e definida é a dos desenhistas. Em geral, na descrição desses entrevistados, o processo inclui o desenhista propriamente dito (que é quem “cria” o personagem, normalmente tomando como base um roteiro previamente estabelecido); um arte-finalista (um de nossos entrevistados era arte-finalista, embora também desenhista); e um colorista (que é o último a ter contato com o desenho e que deve pintá-lo – quer dizer, preencher os contornos produzidos pelo desenhista e pelo arte-finalista). Em geral, não parece haver variação nessa cadeia produtiva, exceto quando o mesmo desenhista completa todo o ciclo (sem, portanto, necessidade de equipe e de interdependência de trabalho). Em nossa amostra, uma pessoa se encaixa nessa categoria.

Processo criativo

Vejamos agora aspectos de natureza mais “subjéctiva” a respeito do conteúdo do trabalho artístico. No item anterior, como dito, focamos brevemente nas poucas características “objetivas” desses mesmos trabalhos. Neste item daremos atenção especial ao papel desempenhado pela criatividade, foco central das indústrias criativas. Para descrever o processo criativo, vamos usar algumas metáforas – algumas empregadas pelos entrevistados outras adicionadas por nós a partir da leitura global das entrevistas. Pensamos que elas sintetizam bem as características envolvidas em cada um dos casos.

Processo criativo como gravidez. Nesta metáfora, nosso entrevistado quis dizer que ele tem uma necessidade de externalizar suas idéias. Chegou a dizer que pode “ficar doente” se esse fluxo para fora for interrompido. Outro entrevistado, nessa mesma linha (ambos, diga-se de passagem, são escritores), afirmou ter idéias a todo momento e que, se não escrevê-las, também não se sentirá bem. Uma mente dinâmica e ágil precisa ser acompanhada pelos músculos, nesse caso, escrevendo. O processo criativo, nesse contexto, é algo tácito – quer dizer, a pessoa afirma simplesmente “agir” em consonância com um conteúdo interno abundante. Um dos escritores disse que o processo é como se a pessoa “fizesse uma reunião de pauta com ela mesma”, memorizando tudo antes de escrever (neste caso, a escrita, o código, é apenas a exteriorização da idéia).

A maneira mais próxima que eu vejo de explicar isso [o processo de criação] é através da idéia de “gravidez”. De repente algo surge em você, vai encorpando, ganhando forma e às vezes você acorda no meio da madrugada com a aquela idéia chamando a atenção e na semana seguinte ela te surpreende no ônibus, no metrô, na rua, enfim. Você tem de se dedicar a ela. Enquanto você não coloca para fora, não passa. Chega a ser um incomodo. [e7]

Eu trabalho com a mesma frequência. Eu não paro de ter idéias, tanto para os livros, como para o blog, para as aulas e para os projetos. Nesse sentido é um dinamismo que chega a zumbir, de tão grande que é. (...) Ou seja, eu começo a criar teorias a partir do comportamento. Eu sou um observador do comportamento. Em suma, meu processo de criação é fruto da minha observação, da minha intuição, da minha percepção e de contrariar o senso comum. Eu sou um ótimo ouvinte e isso me dá abertura de saber sempre o contraponto de tudo. [e8]

Processo criativo como hipnose. Alguns entrevistados, especialmente os pintores, mencionaram que, quando começam a criar, simplesmente não vêem a hora passar: mergulham no trabalho, compenetraram-se nele e, semelhantemente ao caso anterior, deixam o conteúdo interior fluir. Na verdade, tomando como exemplo a pintura, o pintor imagina em sua mente, às vezes aprioristicamente, o que será pintado; em seguida, podem adotar estilos diferentes, dependendo do tipo de pintura/estilo que possuem. Um dos pintores, por exemplo, começa primeiro pintando toda a tela de preto e depois então a delimitar a forma a ser produzida (com um tipo especial de lápis); só então passa para a pintura propriamente dita, fazendo uso da paleta. Mas, durante esse período (que varia de horas a dias), a compenetração (segundo os dois pintores entrevistados) é total, como numa hipnose⁴.

Quando eu estou pintando, pode derrubar uma marreta na minha cabeça que eu não sinto. Eu me desdobro. É só a cabeça quem trabalha, eu vejo minha mão operando, mas não sinto nada. Tanto que descobri há pouco tempo que eu estou com fibromalgia de tanto pintar em cavalete. [e3]

Quando eu começo a pintar eu esqueço do mundo, me isolo. Na hora em que eu estou pintando é uma arte terapia, fico sozinho, nada interfere. [e4]

Processo criativo como brainstorming. Nesta metáfora, usada por uma das entrevistadas que trabalha em teatro (e também é diretora), o processo criativo ocorre mediante interação entre pessoas e idéias. No caso particular desta entrevistada, ela usa essa técnica para colher a opinião dos membros de sua equipe, apesar de que, como ela mesma disse, a palavra final é sua. Ela realiza isso antes da execução do projeto.

⁴ Esta metáfora está sendo proposta por nós; os artistas não a usaram em suas falas.

Cada projeto, por ser artístico e criativo, não é formatado, muitas vezes ele nem existe. Eu trabalho, como diretora, com um sistema que chama “processo colaborativo anterior”. Você decide e discute com os atores, com a equipe profissional, qual vai ser o tema abordado, quais são as inquietações da peça, isso antes de tudo. Por exemplo, eu trabalhei com um tema que era a história da morte. A partir desse tema a gente vai conversando, trocando idéias e construindo a peça. [e2]

Outro entrevistado também destaca o valor da colaboração.

Eu gosto de trabalhar em conjunto, porque gosto de falar minhas idéias e ouvir outras. Meu processo criativo passa pelo debate, pela conversa. Gosto de mostrar os projetos, debater, inclusive com pessoas que não são do meio. De repente em outra opinião eu encontro uma luz que não estava vendo. Mas isso não é uma prática e muito menos uma tendência. É uma forma muito particular. [e11]

Processo criativo como insight. Nessa metáfora, a idéia para a concepção de um trabalho artístico surge quando menos o artista espera. Um músico, também compositor, que entrevistamos comentou que já teve idéias para letras de música no carro, ou então em momentos aleatórios do dia. O *insight* ocorre em um processo de criação direcionado pela intuição, pela fina sintonia que o artista tem com seu próprio conteúdo interior e como decorrência da observação da realidade de forma a realçar-lhe a dimensão artística. Além disso, o *insight* é o momento em que a auto-crítica do autor oferece uma trégua e então as idéias podem fluir para posteriores acertos, ajustes, enfim, depois a idéia entra no sistema de produção do autor (dependendo do “produto” a ser gerado).

Normalmente eu me sinto motivado ou por algum acontecimento que me toque ou me comova, seja por uma razão pessoal, ou social. Algo que me indigna, alguma paixão que eu tenha, por pessoas, ou causas, ou coisas. Às vezes esse sentimento fica encubado”, aguardando a oportunidade da coisa ser posta pra fora. Eu coleciono pedaços de melodias, pedaços de letras, e um dia pego o violão ou o piano e a coisa sai.

(...)

E às vezes eu penso em idéias para as canções no trânsito, ou caminhando. E acontece uma coisa engraçada, pois quando eu ouço a música, depois de pronta, eu me lembro do lugar onde eu estava quando a compus. Tenho um samba que eu fiz, por exemplo, que toda vez que o canto me lembro do restaurante Almanara, na rua 7 de abril. Foi passando na frente desse restaurante que me veio a idéia do “fecho” da música. [e6]

Processo criativo como pesquisa. Nessa perspectiva, o trabalho do artista não é exclusivamente movido a “paixão”, intuição ou em algum “rompante” de criatividade. Pode partir da intuição, melhor dizendo, da observação sintonizada da realidade e depois ir evoluindo graças

a um trabalho de pesquisa. Usando uma comparação, é como um pesquisador acadêmico, que inicialmente tem uma idéia de um tema (em geral, motivado por problemas reais a iluminar/resolver), e que depois a desenvolve no âmbito de uma pós-graduação, como um mestrado ou doutorado. A entrevistada cuja transcrição apresentamos a seguir ilustra muito bem este ponto da atividade criativa artística, realçando, ao mesmo tempo a dimensão “intuitiva” (ou de *insight*) como também a de execução.

Todo artista, por natureza, sempre tem uma antena ligada, com atenção em tudo que acontece, tentando captar algo. Assim surgem as grandes idéias. Eu sempre que tenho uma idéia começo a pesquisar. As vezes levo anos pesquisando. Na peça *Bonita Lampião*, de 1994, eu ganhei uma bolsa de estudos da Fundação Vitae, viajei para região do nordeste onde o lampião viveu e morreu, entrevistei diversas pessoas da região, pesquisei figurino, hábitos, histórias, gravei sons ambientes para utilizar e adaptar como músicas na peça, enfim. Ganhei muitos prêmios com esse espetáculo, inclusive o último Prêmio Mulher que teve no Brasil. Com esse trabalho eu inaugurei uma maneira de pesquisar que eu repeti em todas as outras peças. [e1]

De modo ligeiramente semelhante, este artista que trabalha com arte-multimídia assim se expressa sobre o processo envolvido quando ele escreve uma crônica para um jornal (apesar de ilustrador/desenhista, ele também escreve para jornais como forma de complementar renda – ou seja, de diversificação de seu portfólio):

No meu caso, é preciso ter humor, ver o lado engraçado das coisas, mas também ter o lado crítico. Chega a ser um trabalho jornalístico, de pesquisa e “apuração”. Até porque a charge é uma informação e passa uma mensagem. [e18]

Processo criativo como reprodução. Pode parecer contraditório usar a palavra “reprodução” junto com criatividade. Contudo, uma parte do trabalho criativo observado entre nossos entrevistados, particularmente entre os desenhistas, é um trabalho de reprodução. O artista, neste caso, possui um portfólio de estilos (de desenho) e, quando surgem novos pedidos, ele reproduz esse estilo. Há, entretanto, uma diferença: o desenhista (ilustrador, arte-finalista, no caso de nossa amostra) que possui um “personagem” divide-se entre reprodução e criação (a partir do personagem); em contrapartida, a pessoa que, trabalhando em desenho, apenas é arte-finalista (em nossa amostra, um dos entrevistados era arte-finalista), ela não necessariamente possui um personagem, de modo que apenas concluiu o desenho criado por outro. Há, em seu trabalho, um elemento de criatividade (finalizar um desenho implica em entender bastante do estilo em questão, adicionando “valor” ao desenho com a finalização), mas também de reprodução. De certo modo, algo parecido pode ser dito em relação à dança, especialmente se

considerarmos que há a reprodução de um estilo (em uma aula de dança, por exemplo), ao mesmo tempo em que a *performance* depende de talento e criatividade.

Depende [o processo de produção]. Tem alguns que dizem que tipo de desenho gostaria que você fizesse e tem outros que olham seu portfólio e escolhe um estilo. Tem editor que é mais flexível e aceita sugestões também. Nós trabalhamos com prazos curtos e o máximo de qualidade. Esse meio é muito legal, mas é muito concorrido e muito desgastante e sacrificante. [e9]

Há ilustradores que se realizam “reproduzindo” ilustrações ou fazendo ilustrações por encomenda. Não é tão raro e digo que é até mais comum. Quando sente paixão pelo que faz, o ilustrador se realiza em cada cena, cada traço. Eu me realizo assim também, “reproduzindo”, mas me realizo mais fazendo mais minhas personagens, minhas histórias. [e10]

A importância dos relacionamentos

O último tópico dentro desta categoria ou estágio de carreira (“Navegando”) é o modo como nossos entrevistados analisam a importância das redes de relacionamento para o bom exercício de seu trabalho e carreira (competência *know-whom*).

A primeira constatação é de que o papel das redes varia de modo significativo conforme os setores criativos investigados – e, naturalmente, de acordo com o próprio estilo das pessoas (umas são mais integradas a redes, enquanto que outras têm uma tendência maior ao isolamento ou à grande seletividade de relacionamentos). Porém, mesmo considerando essa variação, há uma tendência de fundo em nossas entrevistas no sentido de considerar as redes um aspecto decisivamente importante na realização do trabalho artístico e no sucesso da própria carreira.

A primeira importância das redes se observa na entrada de projetos. Como a carreira da maior parte dos artistas aqui entrevistados gravita em torno de projetos, a rede funciona como um campo de visibilidade pelo qual novos trabalhos chegam até o artista. Isso é bastante verdadeiro no caso de teatro, desenho, arte-multimídia, *software*, cinema (ou áudio-visual). Nesses casos, o contato com pessoas da rede é fundamental para a atuação do profissional: a contratação de uma nova peça, o pedido de uma nova série de desenhos, bem como de um novo programa de computador, de um comercial para a televisão ou um documentário.

No caso de pintura, a rede sofre uma intermediação: não são apenas possíveis compradores ou colecionadores de arte que entram em contato com o artista; em geral, este é representado por alguém (este sim, possuidor de, ou em contato com) – pode ser o *marchand* ou mesmo o representante cultural. Um de nossos entrevistados chegou inclusive a mencionar que o papel da rede de artistas é “irrelevante” – pois, no caso dele, que trabalha com arte abstrata, é difícil haver uma reunião de artistas na qual, como, por exemplo, no mundo acadêmico, os pares podem se criticar mutuamente ou então servir de “olho crítico” antes de o trabalho ser concluído (ou mesmo para realizá-lo). Somada à “cadeia produtiva” de pintura (baixa necessidade de interdependência devido à natureza do trabalho), esse “isolamento” pode ser ainda mais agravado.

No caso de música, a rede (ao menos se considerarmos nossos entrevistados), têm um papel igualmente importante, mas ou o artista é divulgado por uma gravadora (como vimos, algo que, por si só, propicia visibilidade ao grande público), ou ele possui uma empresa com sua própria função de marketing (em nossa amostra, um dos músicos era membro dos Trovadores Urbanos, uma companhia de música com vida própria que chega a possuir mais de 80 músicos – ver *infra*).

Outros exemplos sobre o papel das redes é dado por um de nossos entrevistados, que é escritor. Ele menciona que, para ele, rede não só serve como um facilitador do ponto de vista comercial, mas também como um espaço de crescimento e aprendizagem. Ele costuma enviar seus manuscritos para a apreciação de um conjunto de pessoas criteriosamente selecionadas e em quem sente confiança. A rede funciona como um padrão de qualidade, fixando os critérios de um bom trabalho. Esse mesmo entrevistado menciona uma característica do universo artístico formado pela literatura, que é “todo mundo andar em bandos, em torno de uma tendência, de uma corrente do momento” (e8). Quer dizer, artistas partilhando um mesmo “estilo” ou corrente literária tenderiam a valorizar essas redes.

No caso de cinema, ou audiovisual, a rede é fundamental do ponto de vista que ela permite o estabelecimento de confiança. Um de nossos entrevistados, um importante diretor e criador, menciona que, devido aos riscos envolvidos em uma produção audiovisual (que é um empreendimento complexo), é preferível trabalhar com pessoas com quem, no passado, foi produzido um material de boa qualidade. Em sua descrição, o mercado audiovisual brasileiro (publicitário, em particular) é bastante fechado, de modo que o pertencimento a determinadas redes

garante visibilidade, estreitamento de laços de trabalho profissionais e acesso à informação privilegiada.

Em suma, rede é destacada como uma fonte de trabalho, no sentido comercial; é também destacada como um espaço para o teste de qualidade do próprio trabalho, bem como um espaço de troca de informações. Mas também há, entre os artistas, sobretudo os de orientação mais “marginal” (como descrevemos em outro momento), cuja valorização das redes de pares é menor. Há também que se considerar que o artista, como disse uma entrevistada, que é dançarina e professora de dança (portanto, provavelmente referindo-se ao seu universo, que é o balé), é um pouco “narcisista” e, como tal, pode ter um posicionamento muito próprio em relação a seus pares. E quando o trabalho nasce e se encerra em si mesmo, aí então o estabelecimento de redes pode ser ainda mais prejudicado.

MUDANÇAS

Alguns (poucos) artistas de nossa amostra mudaram aspectos importantes de sua trajetória de carreira dentro das artes. Nesta seção, vamos descrever características importantes dessas mudanças e, na próxima, o modo como tais artistas se restabeleceram no mercado. Entretanto, a julgar por nossa amostra, não parece haver mudanças radicais na carreira, mas sim mudanças em estilo e, sobretudo, mudanças patrocinadas pelas novas tecnologias (sobretudo em carreiras mais diretamente afetadas por elas, como em desenho, arte-multimídia).

Uma mudança que encontramos foi em pintura. Um dos pintores entrevistados mencionou estar alterando seu estilo de pintura, ampliando sua paleta de cores. Um outro entrevistado, escritor, mudou de escritor “integrado” (publicando por uma editora estabelecida) para escritor independente, arcando com todos os riscos implicados, como o fato de haver instabilidade ou oscilação financeira. Um outro escritor, após uma crítica ferrenha a seu trabalho, alterou não só sua própria auto-imagem (auto-conceito) como também seu estilo de escrita.

Um entrevistado, que hoje trabalha com produção de documentários, saiu de uma agência de publicidade (onde trabalhava com comunicação visual) onde trabalhou desde o início da carreira. E há o caso dos desenhistas que, com o advento do “Flash”, passaram a incorporar novos estilos de trabalho (um de nossos entrevistados trabalha diretamente em flash na produ-

ção de seus desenhos). Ou ainda, par finalizar, o diretor e produtor de audiovisual que mudou de país: veio da Argentina para o Brasil.

Na essência, essas mudanças implicam em alterações no repertório de competências dos artistas. São provocadas por necessidades internas como também, e sobretudo, por alterações no mercado, como quando da entrada de novas tecnologias. Na próxima seção apresentaremos algumas das estratégias usadas por nossos entrevistados para se restabelecerem após uma mudança na carreira.

RESTABELECENDO

Entre as estratégias de restabelecimento que identificamos entre aqueles artistas que alteraram aspectos importantes ou mesmo incrementais de sua carreira, destacamos: o pintor que “segurou” (limitou) a produção de suas telas para transmitir ao mercado a idéia de singularidade; o escritor que, depois de se tornar alternativo, passou a ter um contato muito direto e interativo com seus leitores mediante a Internet, buscando alavancar suas publicações; o desenhista que passou a estudar novas técnicas no uso de programas de computador; o produtor de documentário que está focado no desenvolvimento de um estilo mais comercial para conseguir patrocinar suas produções; a pessoa que, ao mudar de país, dedicou-se à compreensão da cultura local.

Em síntese, o processo de restabelecimento envolve, ou uma mudança planejada na imagem pessoal no mercado, ou um foco na aquisição de novas competências mediante processos de aprendizagem.

MANTENDO

Por fim, a última dimensão ou categoria de análise refere-se às medidas de continuidade da carreira artística: planos futuros, objetivos em vista, iniciativas ou pontos de atenção a respeito do futuro da carreira de um modo geral.

Um primeiro aspecto da manutenção da carreira é a luta pelo reconhecimento financeiro. Como dito anteriormente (inclusive, conforme demonstrado na parte quantitativa, referente aos ganhos financeiros do pessoal atuando especificamente nas artes criativas), a instabilidade financeira é um ponto crítico do setor, e muitos artistas, que, como a maioria, contraem custos fixos, precisam a todo momento se equilibrar na tênue linha entre a insolvência, o ganho estritamente necessário para a sobrevivência e a expansão financeira em contrapartida à qualidade do trabalho desenvolvido.

O segundo aspecto é a luta pelo reconhecimento como artista. Encontramos profissionais que, no momento em que o flagramos em suas carreiras, desejam a ampliação de sua visibilidade no mercado. A conquista desse tipo de reconhecimento é importante não só para a auto-estima do artista, quer dizer, sua identidade, como também para a garantia de ganhos financeiros. Seja por terem realizado mudanças na rota de suas carreiras, seja pela maturação de seu trabalho, muitos de nossos entrevistados estão às voltas com a consolidação de sua imagem como artistas, com um trabalho digno de nota.

5.2.2. Carreiras não-criativas

Foram realizadas sete rápidas entrevistas com profissionais aqui denominados de não-criativos. Nunca é demais lembrar que a designação “não-criativo” não implica em que esses profissionais não usem ou dependam de criatividade para seu trabalho. Embora isso até possa ocorrer, e em linha com Throsby (2001a; 2001b), o uso de não-criativo refere-se principalmente à maior “distância” desses profissionais em relação ao núcleo da criação artística propriamente dita. Não obstante eles estejam presentes no processo criativo, não são seus principais agentes ou personagens. Em todo caso, nesta seção faremos uma síntese analítica das entrevistas com realizadas com tais profissionais.

Como motivo para a escolha, predominou entre esses entrevistados a “entrada casual” para essa carreira. Quer dizer, quatro dos sete entrevistados destacaram sua entrada no setor sem que uma escolha consciente tivesse sido feita, no sentido de algo deliberado, planejado e esperado. Em alguns casos, foi um “senso de oportunidade” quem decidiu a entrada (havia necessidade no mercado cultural para o tipo de trabalho proposto, como no caso das agentes literárias); em outros, a influência dos pais (especialmente os técnicos de som, músicos); em

outros ainda houve, como no caso das pessoas das ocupações criativas, a extensão de atividades feitas como prazer pessoal (um *hobby*, em nossa discussão no caso dos criativos) para uma profissional, com divisão de tarefas e rotinas relativamente formais. Em apenas um caso encontramos a “precocidade” da escolha profissional (neste particular, a situação é bem distinta da dos profissionais criativos).

Em outros casos ainda houve a fusão entre “trabalho” e “prazer” – o trabalho criativo foi escolhido pelo fato de ele propiciar a auto-realização, um “bem-estar” que os entrevistados dizem não conseguir encontrar em outra carreira (convencional). Em nossa análise, a despeito das diferenças individuais, parece predominar, no discurso sobre a justificativa pela escolha dessa profissão, um forte desejo por autonomia (esta poderia, portanto, ser a âncora de carreira predominante desse pequeno grupo).

Embora haja uma limitação em termos de amostragem neste caso, encontramos que, dos sete entrevistados, cinco tinham formação superior (contra 13 dos 20 criativos). Proporcionalmente, há uma concentração ligeiramente maior de profissionais não-criativos com uma formação regular (formal). Inclusive, entre as competências apontadas como fundamentais para se manter nesta carreira está a formação (ou, pelo menos, o acompanhamento de perto das tendências da área – sobretudo tecnológicas, no caso de profissionais tecnologia-intensivas).

Outra competência fundamental, apontada por praticamente todos esses entrevistados, é o desenvolvimento de redes – isto é, parece ser inegável a importância dos relacionamentos, sobretudo por considerarmos que todos os entrevistados são autônomos ou *freelas* que dependem de trabalho indicado por alguém. Embora nossos entrevistados não tenham usado essa palavra, acrescentaríamos que “resiliência” é uma competência igualmente importante, e isso devido às fortes instabilidades do setor (como no caso dos profissionais criativos): seja em termos financeiros, como em termos de frequência de projetos. A resiliência leva essas pessoas a serem mais tolerantes à frustração.

Entre os atrativos da carreira, destacam-se, em ordem decrescente de importância (julgada pela frequência de citações), a ausência de rotinas; a possibilidade de conhecer lugares diferentes, até mesmo em outros países; ter contato com pessoas culturalmente interessantes (escritores, no caso das agentes literárias); tratar-se de uma profissão (música, principalmente)

na qual predomina um bom clima de trabalho. Quer dizer, a variabilidade, diversidade, de tarefas e cenários parece exercer uma atração nessas carreiras.

Um aspecto relacionado ao conteúdo do trabalho merece destaque. Ele foi mencionado especialmente pelos artistas trabalhando em música, especialmente os atuantes em *shows*. Eles mencionam que o resultado de seu trabalho é imediato; a *performance* começa e se encerra em um único *show*, e não há espaço para erros. Trata-se, pelo que sugerem essas respostas, de uma carreira que pressiona a pessoa para o “erro zero”. Ao mesmo tempo, o processo de *feedback* é imediato: para o bem ou para o mal. Por fim, outro aspecto dessa estruturação do trabalho é seu caráter não-repetitivo: cada evento possui uma característica própria e, ao finalizar, se encerra ali mesmo. Um novo evento retoma do zero essa dinâmica, interpretada por esses artistas como sem rotina.

Para encerrar, entre os aspectos negativos da carreira figuram, também em ordem decrescente de importância (julgada em termos de frequência): excesso de trabalho (as jornadas são extenuantes, inclusive porque muitas vezes implicam em longos deslocamentos); desequilíbrio entre vida profissional e pessoal (pelo motivo anterior); a remuneração é ruim (queixa generalizada, que relembra fortemente os profissionais criativos); problemas de desunião da categoria (a tendência é as pessoas aceitarem trabalhos por uma remuneração bastante baixa, o que nivela por baixo o mercado).

Seção 6

Conclusões e limitações do estudo

Esta pesquisa confirmou pontos importantes encontrados na literatura sobre carreira artística. Primeiro, que a instabilidade financeira é um dos principais pontos negativos deste setor; segundo, que a maioria iniciou precocemente nesta carreira, em reflexo da percepção de um dom ou vocação para as artes. Em terceiro lugar, constatou que entre os artistas há uma forte incidência de auto-didatismo, em parte devido às próprias características do trabalho/obra produzido, em parte como consequência do posicionamento marginal de muitos desses artistas dentro do mundo das artes em que habitam. A pesquisa também mostrou que há uma aparente centralidade da identidade artística, a julgar pelo intenso envolvimento temporal nesta carreira. Mostrou que nesse meio vive-se de projetos e a incerteza é uma constante.

Constatamos também que o artista, explícita ou implicitamente, tem uma identidade marcada pela idéia de criação. Nesse sentido, descrevem-se como diferentes das pessoas que ocupam carreiras “tradicionais”, na medida em que se sentem autônomos, livres ou independentes para produzir seu próprio estilo e organizar seu tempo e suas rotinas. A maioria é autônoma, não se vinculando a uma organização ou instituição. Dependem de redes de relacionamento para adquirem trabalho, alunos ou novos projetos. Acreditam no talento, mas não deixam de mencionar que ele, por si só, não é garantia de uma carreira bem-sucedida: é preciso disciplina, auto-controle e muito treinamento. Parecem alimentar em relação ao Estado uma postura cética, na medida em que pouquíssimos já conseguiram algum apoio público para a realização de seu trabalho e, principalmente, para sua própria sobrevivência.

Constituem não mais do que 1,5% de todos os ocupados no Estado de São Paulo, 65% deles trabalhando por conta própria e a maioria ganhando até 3 salários mínimos. Apesar disso, parecem ter a convicção de realizar um trabalho diferenciado, contribuindo para a formação, o desenvolvimento, o enriquecimento pessoal de seus respectivos públicos. Vivem às voltas com o desafio de provarem continuamente sua identidade profissional, contra quem possam vê-los como “supérfluos” ou então amadores que fazem de seu *hobby* uma constante. Sua identidade é também afirmada em favor da liberdade e do desejo de auto-expressão, de modo

que conjecturamos, neste estudo, o predomínio da âncora “autonomia” entre as pessoas que seguem essa carreira.

Observamos que o começo da carreira artística, a entrada nesse universo “desconhecido” e inicialmente repleto de expectativas ocorre em geral pela crença na precocidade do “dom” ou do “talento”; pela representação positiva da carreira como propiciadora de oportunidades de felicidade, prazer, autonomia, liberdade e criação; pela influência do ambiente familiar ou pelo desejo de desafio, de ir contra a corrente, de impor-se e de se afirmar às vezes sob circunstâncias desfavoráveis. Em todo caso, cumpre ressaltar que o início nem sempre é linear é “lógico”: encontramos também entre nossos entrevistados aquele que foi “experimentando”, achegando-se à carreira artística por experimentação e depuração demorada. Mas não há como negar, ao menos como hipótese, que há uma incidência importante da percepção de carreira como “vocação”, não apenas como um “emprego”. Estas seriam algumas das razões, dos “porquês” (em nossa terminologia, do *know-why*), envolvidos na carreira artística.

No geral, concebem o trabalho como diferente, qualitativa e quantitativamente, do emprego – enquanto o primeiro propicia prazer, satisfação e “paixão”, o segundo refere-se a uma seqüência de rotinas que deixam pouca margem à autonomia e que são realizadas tendo em vista a obtenção de uma remuneração. O artista parece identificar antes com seu próprio estilo e suas inclinações do que com organizações ou empresas – mesmo porque, como vimos, sua carreira é conduzida como uma *carreira sem fronteiras*, para as quais o desenvolvimento da “marca própria” (de uma biografia), de competências técnicas e relacionais, são os componentes-chaves.

Entre as estratégias mais comuns para a condução da carreira no ambiente incerto em que se revela o universo cultural, encontramos a diversificação das atividades, definida aqui como carreira portfólio, além de uma dupla carreira, a qual pode ou não estar relacionada com as artes. Nesse sentido, dar aula, escrever para jornais, produzir profusamente para atender ao maior número de pedidos, associar-se a instituições (editoras, galerias, escolas), são práticas comuns.

Em suma, esta pesquisa nos permitiu discutir questões relacionadas ao desenvolvimento de carreiras em ambientes instáveis e nos quais a “agência” pessoal é fortemente necessária para a determinação dos rumos da carreira. Permitiu-nos também introduzir problemas demarcató-

rios, tais como entre *hobby* e trabalho, profissionalismo e amadorismo, prazer e necessidade, identidade pessoal e identidade social (a própria visão do artista e a que os outros têm dele, para efeitos de uma relação de mercado), valor intrínseco e valor atribuído (o valor que o artista julga sua obra possuir e aquele que lhe é atribuído pelo mercado) – ou entre valor econômico e valor cultural.

Contudo, o estudo possui uma limitação que merece ser retomadas neste final. A representatividade da amostra: por termos escolhido dez setores para investigar, não foi possível, com apenas dois entrevistados de cada um, identificar especificidades de cada setor e, em seguida, de compará-las uns aos outros. Ainda nesse aspecto, duas pessoas por setor também não garantem a representatividade necessária sequer para falarmos com profundidade desse mesmo setor. Como consequência, nossa estratégia foi recorrer, na maior parte das vezes, à totalidade das entrevistas para confirmar os pontos da literatura com a qual trabalhamos e que nos serviu de roteiro analítico. Como recomendação, essa é uma limitação que poderia ser posteriormente corrigida por um desenho de pesquisa quantitativo, de tipo experimental. Adicionalmente, as hipóteses contidas neste estudo podem igualmente ser testadas dentro desse escopo experimental.

Seção 7

Referências bibliográficas

- ACE. Arts Council England. Artists in figures: a statistical portrait of cultural occupations. *Research Report, 31*, Agosto de 2003.
- ACE. Arts Council England. The impact of the arts – some research evidence. 2004.
- Alper, N. & Wassall, G. Artists' labor market experiences: a preliminary analysis using longitudinal data. In: M. Heikkinen & M. Koskinen (Eds.). *Economics of artists and arts policy*. Arts Council of Finland: Helsinki, 1998.
- Alper, N. O. & Wassall, G. H. Artists' career and their labor markets. In: *Handbook of the economics of art and culture*. V. A. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.). North-Holland, 2006, pp. 813-864.
- Alvarez, J. L. & S. Svejenova. Symbiotic careers in movie making: Pedro and Agustín Almodóvar. In: M. Peipersl; M. Arthur & N. Anand (Eds.), *Career creativity* (pp. 183-208). Oxford: Oxford University Press, 2002.
- Arthur, M. & Rousseau, D. *The boundaryless career*. Oxford: OUP, 1996.
- Bardin, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2002.
- Benhamou, F. *A economia da cultura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- Caves, R. E. *Creative industries*. Cambridge: Harvard University Press, 2000.
- Cornford, J. & Charles, D. *Culture cluster mapping and analysis: A draft report for ONE North East, Centre for Urban and Regional Development Studies*, University of Newcastle upon Tyne, Newcastle upon Tyne. Disponível em: <http://www.campus.ncl.ac.uk/unbs/bylife2/lib/files/4731report.pdf>. Acessado em abril de 2006.
- Cunningham, S. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. *Culturelink* (Special Issue), 2001, pp. 19-32.
- Ensher, E. A.; Murphy, S. E.; & Sullivan, S. E. Boundaryless career in entertainment: executive women's experiences. In: M. Peipersl; M. Arthur & N. Anand (Eds.), *Career creativity* (pp. 229-254). Oxford: Oxford University Press, 2002.
- Faulkner, r. & Anderson, A. Short-term projects and emergent careers: evidence from Hollywood. *American Journal of Sociology*, 92, pp. 879-909.

-
- Filer, R. K. The “starving artist” – myth or reality? Earnings of artists in the United States. *Journal of political economy*, 96, 1986, pp. 56-75.
- Filer, R. K. The economic condition of artists in America. In: D. V. Shaw *et. al.* (Eds.). *Cultural economics 88: an American perspective*, 63-76. Association for Cultural Economics, 1988.
- Filer, R. K. The starving artist – myth or reality? Earnings of artists in the United States. *Journal of Political Economy*, 1986, pp. 56-75.
- Flew, T. Beyond *ad hocery*: defining creative industries. Paper presented to *Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy*. The Second International Conference on Cultural Policy Research, Te Papa, Wellington, New Zealand, 23-26 January 2002.
- Florida, R. *The rise of the creative class*. New York: Basic Books, 2002.
- Freidson, E. L’analyse sociologique des professions artistiques. *Revue française de sociologie*, 27, 1986, pp. 431-443.
- Freidson, E. Labors of Love: a prospectus. In: K. Erikson & S. P. Vallas, *The nature of work: sociological perspectives*. New Haven: Yale University Press, 1990, pp. 149-161.
- Galenson, D. Age and the quality of work: the case of modern American painters. *Journal of Political Economy*, 108, 2000a, pp. 761-777.
- Galenson, D. The careers of modern artists: evidence from auctions of contemporary art. *Journal of Cultural Economics*, 24, 2000b, pp. 87-112.
- Hall, D. T. *Careers in and out of organizations*. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- Gorz, A. *O imaterial*. São Paulo: Annablume, 2005.
- Gray, C. M. & Heilbrun, J. *The economics of art and culture*. Cambridge: CUP, 1993.
- Grefe, X. *Arts and artists from an economic perspective*. Unesco Publishing, 2002.
- Hartley, J. Creative industries. In: J. Hartley, *Creative industries*. Londres: Blackwell, 2005, pp. 1-40.
- Hirschman, A. O. *Rival views of market society*. New York: Viking, 1986.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Microdados: Pesquisa Básica. CDROOM, 2007.
- IBGE. *Sistemas de informações e indicadores culturais: 2003*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acessado em maio de 2007.
- Jeffri, J. & Throsby, D. Professionalism and the visual artist. *European journal of cultural policy*, 1, 1994, pp. 99-108.
- Jeffri, J.; & Throsby, D. Professionalism and the visual artist. *European Journal of Cultural Policy*, 1, 1994, pp. 99-108.

-
- Jones, C. Careers in project networks: the case of the film industry. In: M. Arthur & D. M. Rousseau (Eds.), *The boundaryless career* (pp.58-75). Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Jones, C. Signaling expertise: how signals shape careers in creative industries. In: M. Peipersl; M. Arthur & N. Anand (Eds.), *Career creativity* (pp. 209-228). Oxford: Oxford University Press, 2002.
- Karttunen, S. How to identify an artist? Defining the population for 'Status-of-the-Artist studies'. *Poetics*, 26, 1998, pp. 1-19.
- Karttunen, S. How to make use of census data in status-of-the-artist studies: advantages and shortcomings of the Finnish register-based census. *Poetics*, 28, 2001, pp. 273-290.
- Kris, E.; Kurz, O. *L'image de l'artiste*. Marseille: Rivages, 1987.
- Lima, C. L. C. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o estado da Bahia. Disponível em: <http://www.desenbahia.ba.gov.br>. Acessado em novembro de 2007.
- McRobbie, A. Clubs to companies: notes on the decline of political culture in speed up creative worlds. *Cultural Studies*, 16 (4), 2002, pp. 516-531.
- Menger, P.-M. Artistic labor markets and careers. *Annual Review of Sociology*, 25, 1999, pp. 541-574.
- Menger, P.-M. Artists as workers: theoretical and methodological challenges. *Poetics*, 28, 2001, pp. 241-254.
- Mintzberg, H. *The structuring of organizations*. New York: Prentice Hall, 1979.
- Moulin, R. *L'artiste, l'institution et le marche*. Paris: Flammarion, 1997.
- Negri, A. & Lazzaratto, M. *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DPA, 2001.
- Nogueira, J. A. El problema de la definición del trabajo. Apresentação nos *I Encuentros entre Humanidades y Ciencias Sociales*. Barcelona: Institut Universitari de Cultura, Universitat Pompeu Fabra, 18 a 20 de janeiro de 2000.
- O'Brien, J. Professional status as a means of improving visual artists' incomes. In: M. Heikinen & T. Koskinen (Eds.). *Economics of artists and arts policy*. Research report of the Arts Council of Finland, 22. Helsinki: Arts Council of Finland, 1998, pp. 33-54.
- O'Brine, J. & Feis, A. Employment in the arts and cultural industries: an analysis of the 1991 census. London: Arts Council of England.
- O'Connor, J. *The definition of cultural industries*. Disponível em: <http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/defin.pdf>. Acessado em julho de 2006.
- Reis, A. C. F. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Manole, 2007.

-
- Rengers, M. Visual artists in the Netherlands: civil servants, self-employed or both? In: M. Heikkinen & M. Koskinen (Eds.). *Economics of artists and arts policy*. Arts Council of Finland: Helsinki, 1998.
- Schein, E. *Career anchors: discovering your real values*. San Diego: Pfeiffer, 1993.
- SEADE. *Pesquisa da Atividade Econômica Paulista, PAEP: 2001*. Disponível em: <http://www.seade.gov.br>. Acesso em novembro de 2007.
- SEBRAE/MG. *Mestres de ofício em Minas Gerais – resgate cultural do artesanato mineiro*. Belo Horizonte: 2003.
- Shorthose, J.; & Strange, G. The new cultural economy, the artist and the social configuration of autonomy. *Capital and Class*, 84, 2004, pp. 43-59.
- Silva, F. A. B. da. & Araújo, H. E. de. O mercado formal de cultura: características e evolução. In: G. O. Álvarez (Org.), *Indústrias culturais no Mercosul*. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.
- Stinchcombe, A. *Stratification and organization*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Taylor, S. J. & Bogdan, R. *Introduction to qualitative research methods*. New York: Wiley, 1998.
- Templer, A. J. & Cawsey, T. F. Rethinking career development in an era of portfolio careers. *Career development international*, 4(2), 1999, pp. 70-76.
- Throsby, D. Defining the artistic workforce: the Australian experience. *Poetics*, 28, 2001b, pp. 255-271.
- Throsby, D. *Economics and Culture*. Cambridge: CUP, 2001(a).
- Towse, R. Human capital and artists' labour market. In: *Handbook of the economics of art and culture*. V. A. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.). North-Holland, 2006, pp. 865-894.
- UNESCO. *Understanding creative industries: cultural statistics for public-policy making*. Disponível em: <http://www.unesco.org.br>. Acesso em dezembro de 2007.
- UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Recommendation concerning the status of the artist. Belgrade, 1980.
- Wassall, G. H. & Alper, N. O. Toward a unified theory of the determinants of the earning of artists. In: R. Towse & A. Khakee (Eds.). *Cultural economics*. Berlin: Springer, 1992, pp. 187-200.
- Wassall, G. H. & Alper, N. O. Toward a unified theory of the determinants of the earnings of artists. In: R. Towse & A. Khakee (Eds.), *Cultural economics* (pp. 187-199). Heidelberg: Spring Verlag, 1992.

Weick, K.; & Berlinger, L. R. Career improvisation in self-designing organizations. In: M. B. Arthur; Douglas T. Hall; Barbara S. Lawrence (Eds.). *Handbook of career theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989, pp. 313-328.

Wisberg, R. W. *Creativity: genius and other myths*. New York: W. H. Freeman, 1986.

ANEXO 1

Roteiro de entrevista Carreira nas indústrias criativas Ocupações criativas

I) Aspectos de contrato psicológico

1. Apresentação do pesquisador (professor da GV; pesquisando indústrias culturais há dois anos)
2. Objetivos da pesquisa
 - o Interpretação da realidade do mercado
 - o Desenvolvimento de carreira no setor
 - o Significado da carreira (considerando o setor e tipo de atividade)
3. Gravação da entrevista e posterior transcrição
4. Duração de 1h a 1h30
5. Envio das entrevistas por email para eventuais ajustes
6. Tratamento anônimo das informações
7. Publicações resultantes da pesquisa
8. Agradecimento

II) Tópicos para a condução da entrevista

1. História no setor cultural (pesquisar *know-why*)
2. Motivos da escolha por essa carreira (pesquisar *know-why*)
3. Principais "momentos" ou fases da carreira (investigar a evolução da carreira)
4. Significado do trabalho (investigar o que mais agrada / desagrada no trabalho; relação entre trabalho/vida pessoal)
5. Características "objetivas" do trabalho criativo (aspectos ocupacionais; tipos de atividades mais comuns; em síntese: processo de "organização" do trabalho)
6. Explorar características ocupacionais de ordem mais "subjetiva": incerteza; risco; reconhecimento do público; atuação em forma de projetos etc.)
7. Principais pontos positivos e negativos da carreira ou da atividade ou do mercado em que atua
8. Competências necessárias para atuar na atividade (cognitivas; manuais; relacionais; etc.) (investigar know-how)
9. Papel das relações (redes) no desenvolvimento da carreira e das atividades profissionais (investigar o know-whom)
10. Relação com outros artistas; relação com empresas/instituições; associações de classe; concepção de mercado (investigar aspectos da cadeia de valor da atividade)
11. Avaliação das dificuldades em atuar nesse setor no Brasil (aspectos econômicos; aspectos organizacionais; aspectos governamentais)
12. Como ele "se vê como profissional". E como ele acha que os outros o vêem (investigar aspectos de identidade profissional)
13. A relação entre "criador" e sua obra (explorar a relação entre identidade pessoal, auto-conceito, e o objeto/obra produzido)
14. Outros aspectos de interesse que o entrevistado julgar relevante destacar

ANEXO 2

Entrevista Carreira nas indústrias criativas Ocupações não-criativas

Prezado(a) participante,

Abaixo seguem seis perguntas que fazem parte de uma pesquisa acadêmica que estamos realizando sobre o setor artístico-cultural em São Paulo.

Ao respondê-las, procure expressar o que você realmente pensa. Importa-nos sua opinião, não se as respostas estão “certas” ou “erradas”.

Estamos enviando essas perguntas a diversos profissionais que atuam no setor artístico-cultural.

Pretendemos, com a resposta de todos esses profissionais, conhecer melhor esse setor no Estado.

Em todo o processo de investigação e de análise das respostas preservaremos o anonimato dos respondentes. As informações serão tratadas de modo coletivo.

Você pode escrever o quanto desejar. Apenas pedimos o cuidado para não se produzirem respostas muito curtas que não permitam a compreensão de seu ponto de vista.

Desde já agradecemos sua valiosa ajuda.

Questões

1. Descreva brevemente seu trabalho (quais são suas atividades principais)
2. O que fez você escolher essa carreira para trabalhar?
3. O que você mais gosta em seu trabalho? Por quê?
4. Qual avaliação você faz de sua carreira hoje (pontos positivos; pontos negativos)?
5. Quais são as principais dificuldades que você encontra em sua carreira hoje?
6. O que é decisivo para alguém ter uma carreira bem sucedida nessa área em que você atua?

ANEXO 3

Pré-análise temática das entrevistas (ocupações criativas)

COMEÇANDO (know-why)

1. Carreira permite realização de desejos; a obtenção de reconhecimento; prazer (e1)
2. A importância de buscar um trabalho que dê prazer (ou de encontrar, no trabalho artístico, esse componente) (e1)(e2)(e3)(e4)(e5)(e6)(e7); e13;
3. Começou na carreira porque tinha bom conhecimento do corpo e gostava de dança, apesar de ter feito odontologia (e atuar como carreira-emprego) (e1).
4. Precocidade da entrada na carreira – aos 20 anos (e1)(e2)(e3)(e4)(e6)(e7)(e8); e9; e10; e11;e12;e14
5. Reunião com outros artistas para fazer uma exposição denunciando a depredação do meio ambiente; depois, seguiu carreira solo (e3)
6. Abandono da carreira de dentista e dedicação exclusiva às artes. Não foi uma ruptura brusca, mas um processo planejado (pintava no ateliê instalado no consultório (e4)
7. O início da carreira como uma quase “conseqüência” de um lar dedicado à arte e à literatura (e5)(e8)(e15)
8. Dificuldade em assumir, logo no início, a carreira artística (e4; e6)
9. Escolha da carreira pelo quanto ela oferece de aspectos “lúdicos”, “terapêuticos” (e6)
10. Literatura surgiu como desafio, já que ninguém acreditava alguém pudesse viver só dela; a ausência de expectativa funcionou como motivador (e8)
11. Carreira começa como hobby e depois profissionaliza-se e4; e9; e15; e17
12. Foi se descobrindo na carreira aos poucos, em uma série de sucessivas tentativas (e10).
13. Família com dinheiro coloca a filha na escola de dança pelo *status*; depois, ainda jovem, descobre com uma amiga que gosta de dança e se torna professora (e13)

DELINEANDO (identidade profissional / competências / cultura do setor)

A) Identidade

1. A identidade vai se estabelecendo à medida que os espetáculos são bem-sucedidos e reconhecidos como de qualidade (e1).
2. Identidade como “artista pesquisadora” (e1)
3. Artista como vanguarda, como novidade, contra o “senso comum” (de querer agradar ao público)
4. “O artista é seu projeto; e esse projeto muda constantemente; a carreira é incerta” (e2)
5. “Teatro é a celebração do sagrado”; o artista é visto como alguém que cria o que não existia antes; é um processo de comunicação (e2)
6. Artista vê o invisível (e2)

7. É movida pela seriedade, pelo profissionalismo, e não pela paixão e pela loucura em todos os momentos (e2); que preza pela qualidade, pela seletividade
8. Visão de “rebeldia” (sem conflito): contra a origem familiar (pai mecânico), tornou-se artista (o avô era carpinteiro)(e3)
9. “Está no sangue” (uma espécie de nível pré-formal de identificação...)(e2)
10. Alguém de vanguarda (moderno), embora mescle acadêmico e clássico (e3)
11. Alguém “criador”, não “acadêmico”; reconhece-se como “polêmico”, “do contra” (e4)
12. Como comprovar que se é “artista”? Os outros o fazem, quem compra a obra (e4)
13. A identidade é não ter identidade (fluxo)(e5)
14. Uma identidade dupla, como músico e advogado (e6)
15. É escritor por uma “necessidade orgânica” de pôr para fora suas impressões sobre a vida; estar “grávido” de idéias (e7)
16. Superar as próprias deficiências com a literatura; “ser um coringa” (saber interagir com diferentes tipos de públicos) (e8)
17. “Sou um observador do comportamento” (e8)
18. Construção da identidade aos poucos, acompanhando a evolução da própria maturidade profissional e depois de série de “experimentações” (e9; e10)
19. Alguém apaixonado pelo que faz (e11)
20. A carreira se confunde com a formação (“shaper”) do próprio setor. Ver especialmente e12 – isso é interessante porque confirma teorias sobre o tema (de que algumas carreiras organizam aspectos mais amplos da indústria)
21. “O balé faz de você uma pessoa especial; do contrário, não flui” (e13)

B) Formação e aquisição de competências (know how)

1. A incidência do auto-didatismo, inclusive mesmo para quem tem um curso superior (e1; e3; e4; e5; e6; e9; e12; e16)
2. Talento, disciplina, empreendedorismo (e1; e4; e12; e16). Houve mais citações; parece algo importante (ao menos na representação)
3. Treinamento constante (do corpo, acompanhar as tendências etc.) (e1)
4. Para o ator de teatro, não há escola, não há um abcd, ou alguém que ensine a melhor técnica; é um terreno arriscado e nebuloso (e2)
5. Forte exigência física, e de sintonia entre cena / emoção (e2)
6. É preciso ter talento e gostar (e2)
7. Capacidade “camaleônica” (e2)
8. Auto-didata, foi aperfeiçoando a técnica progressivamente; acredita que é possível lapidar o talento artístico (mas não de que é possível pura e simplesmente aprender a pintar numa escola) (e3)
9. Uma competência importante é saber experimentar, inventar e aprimorar técnicas de trabalho (e4)
10. Transferência de conhecimentos da outra carreira (era dentista: manipulação de matéria-prima, por exemplo) (e4)

-
11. Talento é fundamental, e não uma certificação; a técnica aperfeiçoa o talento já existente; é preciso também imaginação (e4)
 12. É preciso ter habilidade musical e saber escolher e atingir o público (e6)
 13. Gostar de escrever; ter persistência; disciplina (e7)
 14. Fez jornalismo, que o ajudou a “contar histórias” (e8)
 15. Capacidade de observar e de contrariar o senso-comum (e1; e2; e4; e8; e10; e11)
 16. Aprendizagem na prática, em centros de excelência na área (desenho)(e8)
 17. Habilidades motoras (coordenação) (e10)
 18. Importância entre talento e capacidade de fazer (e ter os meios para) (e12)
 19. Se “obsessivo” pelo que faz (e12)
 20. Aprendizagem depende de relação de “mestre-discípulo”, pela experiência (e13)
 21. Balé exige uma fortíssima disciplina (corporal, postura)(e13)
 22. Curiosidade (e16)
 23. Excelência na construção de um personagem (Porteiro Zé) que alavanque a carreira fortemente (e16)
 24. Conhecimento técnico (e17)

NAVEGANDO (projetos/produtos/serviços; processo criativo; reputação e relações; estratégias de carreira)

A) Estratégias

1. Instabilidade financeira (e1)
2. Poucos subsídios (especialmente governamentais) (e1)
3. Necessidade de uma segunda carreira para sustento (que pode ou não estar relacionada à principal) (e1; e6; e8; e11) – “encenações transversais” : carreiras transversais (e11)
4. Dar aula; oficinas; ateliê (e2; e7; e8; e9; e10; e13; e14; e15; e16)
5. A diversificação de atividades é estratégia para conseguir trabalho (e2)
6. A carreira é incerta; às vezes, a necessidade de mudança contínua gera cansaço (e2)
7. Participar em galerias; ter um representante cultural (para não ficar sozinho, passando a idéia de “marginalidade”) (e3)
8. “Para sobreviver de arte tem de ser um pouco comerciante”; prefere que o comprador diga o que quer que seja pintado (e3)
9. Para sobreviver, artista pode ceder a um impulso produtivista (fazer muitas telas, de acordo com o pedido)(e3)
10. Segurar estrategicamente o número de obras no mercado; marketing pessoal (e3)
11. Participar de exposições; ter um curador, deixando de tentar enfrentar o mercado sozinho (e4)
12. Fazer o trabalho chegar a um colecionador de artes (e4)
13. Usar a Internet, o Orkut, auto-promoção (e4). O máximo disso foi o caso do Porteiro Zé (e17), totalmente alavancado pela Internet, TV e rádio.
14. No caso de música, dar aulas, criar “jingles”. “Viver de música é complicado [financeiramente]” (e6)
15. Aparecer em jornais e na televisão (música)(e6)

16. Outra estratégia (típica) para subir na carreira (de artista) é ser lançado por uma grande gravadora; o importante é ter “visibilidade” (e6)
17. Escrever para jornais (crônicas) e tornar-se ‘roteirista’ e professor (e7)
18. Mudança para um centro radiador (concentração da cultura: RJ-SP)(e7)
19. Migração para a Internet, aproveitando competências já desenvolvidas e esse meio de veiculação (e7)
20. Sentir-se “realizado” independentemente dos resultados ou do reconhecimento (e7)
21. Cativar o público “vivendo” a obra (sendo um personagem vivo do que se está a escrever) (e8)
22. Recriar e lidar com as expectativas; destruir-se para não dar importâncias às “pequenas derrotas” (e8)
23. “Começar pelas bordas”, ou seja, atingir o público (e8)
24. Infiltrar-se na publicidade (e9)
25. A diversificação é condição necessária, embora não suficiente, de trabalho, no caso dos desenhistas, pois a demanda oscila muito e as editoras diversificam a contratação (e9; e10; e11; e13; e14; e16; e18)
26. Atuar no mercado internacional (e9)
27. Carreira independente como escritor (e7; e10)
28. Escrever jornais educativos para escolas (e10)
29. Carreira paralela em área correlata (e10). O contraponto seria dar aula. Há mais disso.
30. Usar um hobby (pintar) para inspirar-se na outra carreira (criação áudio-visual)(e11)
31. Oferecer algo que ainda era inédito no mercado (e12)
32. Ganhar prêmios importantes da área (Canes, por exemplo)(e12)
33. Abrir uma escola com um estilo (de dança) novo (balé-jazz); a evolução da carreira culminou com a criação de um estilo próprio (e13)
34. Abrir a própria escola (e13; e14); ter o próprio ateliê (e15)
35. Vender peças em museu (no caso de artesanato)(e15)
36. Carreira como empreendedor: neste caso, a maturidade na carreira reflete diretamente na evolução/maturidade do negócio (e16). Ver outros exemplos (e13; e14)

B) Condução de projetos / resultados / cadeia de valor / execução típica etc.

1. À medida que os trabalhos vão sendo realizados (espetáculos, por exemplo), vão se definindo um estilo, uma metodologia de trabalho). Quanto mais dá certo o trabalho, mas a metodologia/estilo tende a se fixar (e1)
2. Cada projeto é uma vida nova, uma realidade diferente, com começo, meio e fim (e2)
3. Estratégia colaborativa, improvisação, *bricolage*, *brainstorming* (e2)
4. Há um processo de criação, no qual a obra “sai do âmago” do artista; não há cópia (e4)
5. Apresentação de shows; turnês (e6)
6. A importância de criar blogs, de entrar em contato com o leitor, de chegar até ele (e8)
7. Talvez separar em “produtos e serviços” (diferenciá-los): um show, uma peça, uma ilustração, um livro, uma tela etc. Veja-se, por exemplo, o caso do software.

-
8. Em geral, são atividades/produtos que exigem muita dedicação, o que resulta no dispêndio de muito tempo (às vezes mais do que uma carreira ‘tradicional’, com hora determinada...)
 9. Coordenação (quando a atividade é interdependente); treinamento; ensaio; muitas horas gastas; retrabalho; perfeccionismo
 10. Projetos em condições de elevada incerteza (e12)

C) Processo criativo

1. Desenvolver a capacidade de observar. Depois, pesquisa, estudo (e1) (e2)
2. No teatro, a importância da “etnografia” (e1)
3. Cada projeto é um “salto no abismo”, por não ter nada pré-formatado (e2)
4. Trabalha com o sistema “processo colaborativo anterior”, uma espécie de brainstorming antes da execução do projeto (e2)
5. Envolve-se profundamente com a pintura em execução; “perde-se”, “desdobra-se” a ponto de não ver o tempo passar (e3)
6. Quando está pintando, esquece-se do mundo (e4)
7. Criatividade é algo que está no interior da pessoa; é um processo contínuo. Idéia de “revelação”? (e5)
8. O afeto (deixar-se afetar) é um pré-requisito para a criação. O processo criativo ocorre na forma de *insight* (e6).
9. Processo criativo como uma “gravidez”: a idéia vai se desenvolvendo aos poucos até “sair” (e7)
10. Mas não é só idéia; depois de haver a “inspiração”, há muita “transpiração”: por exemplo, escrever um livro de ficção envolve estudo, pesquisa, investigação (e7)
11. O processo, em si, é “solitário”, mas o reconhecimento (o retorno do público) fecha o ciclo pelo qual o autor, ele próprio, se conhece (e7)
12. “Reunião de pauta consigo mesmo” – memorizar tudo, antes de começar a escrever (e8)
13. “Tenho tantas idéias, e com tanta freqüência, que parece um zumbido, de tão grande que é” (e8)
14. É baseado em portfólio, nos estilos ali disponibilizados (e9)
15. No debate, no confronto, de idéias (e11)
16. “Criar é transcender” (e15)
17. Observar a realidade (caso da criação do porteiro Zé)(e17). O processo envolve forte interdependência (um escreve o roteiro; outro anima; etc.)(e17)

D) Relações

1. Das relações depende a carreira do artista: projetos, trabalho etc. (e1; e2; e16). Na verdade, isso se aplica a quase todos. Não se trata de falar da “importância” da rede, pura e simplesmente; mas também sobre a maneira específica que ela ajuda.

-
2. Expor-se em galerias, conhecer representantes comerciais (ou seja, a importância é para a venda, não necessariamente para realizar o trabalho)(e3)
 3. Fundamental na questão de vender as obras e se fazer conhecido (e4)
 4. “É difícil unir artistas para trabalhar; o artista (pintor) é individualista; para a pintura (sobretudo abstrata), os contatos são irrelevantes” (e4)
 5. É importante na área devido à natureza do “produto”: música (e6)
 6. Carreira simbiótica (e6)
 7. As relações são com o leitor, diretamente, num processo de “interatividade” com o produto a ser concebido (e7)
 8. “Antropofagia cultural” (e7)
 9. “Os escritores gostam de andar em bando, uma tendência, uma corrente, do momento” (e8)
 10. A rede de amigos ajuda o escritor a entender e a depurar suas falhas (e8)
 11. Trabalho em equipe é fundamental porque a cadeia é fragmentada e os prazos são bastante apertados – caso dos desenhistas (e9)(e12)
 12. Importante não só para conseguir trabalhos como também para aprender (e10) e para estabelecer critérios/padrões de qualidade ou dos próprios contornos da atividade, na ausência de instituições (que formalizam/padronizam (e12)
 13. Mercado criativo em geral, e o da publicidade em particular, depende muito de visibilidade – que se conquista em redes (e12)
 14. A confiança é um aspecto central do trabalho (que envolve elevada interdependência entre cliente-agência-produtora)(e12)
 15. “O contato nessa área (atriz) é tudo” (e14)

MUDANÇAS (na carreira artística)

1. Mudança no estilo de pintura (e3)
2. De escritor à professor, e disto a escritor alternativo. Roteirista e escritor (e7)
3. Mudança para carreira independente (e7)
4. Mudança de posicionamento após uma crítica pesada à qualidade do próprio trabalho, que julgava impecável (e8)
5. Era contratado como arte-finalista na “época de ouro” dos desenhos no país; depois, teve de seguir uma carreira como “freela”, especificamente na ilustração para livros didáticos (e9)
6. Saiu de uma carreira numa agência de publicidade (comunicação visual) para uma de diretor de criação (agência de produção de documentários)(e11)
7. Mudança de país, tendo de conhecer, fazer relações, no novo mercado (da Argentina para o Brasil)(e12)

RESTABELECENDO

1. Segurando a disponibilização das obras dentro do novo estilo para não “chocar” o público cativo (e3)

-
2. Ampliação do público leitor mediante interatividade pela Internet (e7)
 3. Compreensão do mercado, de seu funcionamento (e8)
 4. Definição da identidade profissional como arte-finalista (havia sido desenhista); reação foi às mudanças de mercado. Em traço de empreendedor, montou uma equipe para capturar melhor as demandas do mercado (e9)
 5. Uso do computador (que alterava as técnicas praticadas desde então)(e9).
 6. Aquisição de competências comerciais (para conseguir vender um projeto de documentário); conhecer melhor o mercado (e11)

MANTENDO (expansão; projetos; extra-carreira; ganho financeiro; ampliação do negócio; etc.)

1. Continuar conduzindo as duas carreiras (e1)
2. Consolidar a capacidade de ter várias frentes abertas ao mesmo tempo: atriz de teatro, de cinema; diretora (e2)
3. Quer ficar famoso, ser conhecido e ter um trabalho reconhecido (e4)
4. Provar que é artista (e4)
5. Administração do tempo (e6)
6. Ampliar a percepção social como “compositor” (e6)
7. A auto-crítica é um aspecto bastante incidente. Por essa razão, o artista parece estar sempre em desenvolvimento, sempre se “testando” e se expandindo, sempre “no começo” da carreira (e1; e4; e6; e7; e8; e9)
8. Lutando pelo retorno financeiro (e7; e10)
9. “Queimar tudo o que eu posso e continuar rompendo limites”; ajudar a profissionalizar a literatura (e8)
10. Criar um contexto para sua obra, um público, e manter-se continuamente observador (e8)
11. Conquistar reconhecimento pela qualidade e capacidade de entregar nos prazos (e9)
12. Para um desenhista, surge conflito quando ele tem um personagem e não pode desenhá-lo, mas sim desenhos pedidos por outros (e10)
13. Buscar o destaque criando o próprio caminho (e10)
14. Consolidar a identidade em uma outra área (de comunicação visual para produção áudio-visual)(e11)
15. Quer parar de dar aula, focar em televisão e em direção (e14)

VARIADOS (visão sobre arte; significado do trabalho)

1. Arte não é agradar a multidão; trata-se de um olhar, e um olhar apenas não pode coincidir com o pensamento da multidão, a menos que se massifique (e2)
2. No teatro, o foco é anti-massificação; é o inverso da massa – é a celebração do inédito, do particular, do irrepetível (e2)
3. Parece haver o problema da “competição predatória”: pessoas dispostas a receber pouco (ou nada) pelo trabalho, comprometendo a classe (e2)

-
4. Dificuldade de separar prazer / lazer / trabalho (paixão pelo que se faz)
 5. Quando dupla carreira, a sensação de que não está se aperfeiçoando nem em uma nem em outra (e6)
 6. Parece haver uma grande importância colocada no reconhecimento de “autor” (e6)
 7. Trabalho como uma coisa prazerosa – há muito disso também (e1; e2; e6; e13; e14 – e outros antes)
 8. É forte essa idéia de a criatividade ser algo que “toma” o artista, em qualquer lugar e momento (e2; e4; e5; e7)
 9. A diferença entre “ser bom” (qualidade, profissionalismo) e ser “rentável” (e4; e7)
 10. Checar a questão da importância da construção de uma biografia (talvez mais entre os escritores?)
 11. “Megasena” da literatura: um escritor precisa ser premiado para se mostrar que é possível viver de literatura.
 12. O lado positivo da carreira como a incerteza (e8); ver que há semelhança com e2.
 13. Notar que há variações às vezes bastante discrepantes dependendo do setor cultural em questão.
 14. Dilema entre fazer o que quer (expressar-se) e fazer o que é necessário (demandas de trabalho). Ver exemplos diferentes em (e3) e (e10)
 15. Metáfora da criação (especialmente escritor) como a de “conceber um filho” (e4; e7; e10)
 16. Algumas áreas, sobretudo algum tempo atrás, não tinham sistema de aprendizagem formal (ver exemplo da publicidade em e12)
 17. Há a questão de diferenciar entre ‘amadorismo’ e ‘profissionalismo’
 18. Outra característica aparentemente forte é a carga de trabalho – trabalha-se muito nesses setores, de um modo geral. Talvez por ser uma atividade feita “por/com paixão”?
 19. Diversos falaram sobre “o bem” que seu trabalho faz para outras pessoas (o artista parece gostar de influenciar outras pessoas – de “deixar sua marca”)
 20. A questão da autonomia, da autenticidade e da singularidade são características também fortes de carreira para esse público.
 21. Há o problema de definição de preço para o trabalho (e16). Há também queixas sobre a não-valorização do trabalho (e18)
 22. A FRONTEIRA ENTRE ARTE/NÃO ARTE – exemplo da entrevista com o Alfonso, com a Lúcia etc.
 23. ARTE COMO CRIAÇÃO, PROXIMIDADE DE “DEUS” e como algo democrático, que não te abandona (e16)
 24. Vários artistas mencionaram o fato de o seu mercado não funcionar como uma “indústria forte”, com visão de negócios. Sou algo de “amadorismo”.
 25. Diferença entre “hobby” e “trabalho” – está na seriedade? O que o pessoal quis dizer com “profissionalismo”?