

A PERCEPÇÃO DOS TRABALHADORES DA CULTURA SOBRE OS IMPACTOS DAS MEDIDAS DE CONTROLE DA EPIDEMIA DE COVID-19

Paula Gonçalves da Silva¹
Alex Ramos Borges²

Resumo: Com a realização de pesquisa exploratória-descritiva do tipo *survey on-line*, o artigo buscou analisar os impactos sobre o trabalho e a renda de trabalhadores da cultura das medidas de controle da epidemia de Covid-19 e a percepção destes trabalhadores sobre as ações públicas e privadas realizadas para minimizar seus efeitos, chegando a conclusão de que as medidas tomadas foram insuficientes e não atenderam ao caráter de urgência do momento histórico vivido.

Palavras chaves: covid-19, trabalhadores, cultura

INTRODUÇÃO

No final de 2019 um novo coronavírus, que pode se manifestar tanto de forma assintomática até provocar uma síndrome respiratória grave, foi identificado na cidade de Wuhan, província de Hubei, na China, e fez com que as autoridades locais tomassem medidas de isolamento social. No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou pandemia da Covid-19 (nome dado à doença causada pelo vírus) e orientou os países para adotarem medidas de distanciamento social para evitar o colapso dos sistemas de saúde dos locais afetados. Em muitos países apenas os serviços essenciais passaram a funcionar durante o período necessário para o controle da transmissão em massa do vírus.

No Brasil, governadores e prefeitos tomaram a frente das medidas de combate ao novo coronavírus e muitos decretaram o isolamento (total ou parcial). Uma das primeiras medidas tomadas foi a proibição de aglomerações e, conseqüentemente, o fechamento de espaços culturais, tais como teatros, museus e cinemas, e o cancelamento ou adiamento de eventos culturais e esportivos. Especialistas estimam prejuízos no setor cultural brasileiro na ordem de R\$ 100 bilhões e que há a necessidade de investimento público na área para mitigar os efeitos (FIGUEIREDO, 2020) e estudos preliminares apontam para um “impacto econômico direto nos salários e na renda pessoal e de funcionários, o que coloca em questão a subsistência desses profissionais.” (OBEC-BA, 2020, p.2).

Com as pessoas em casa, cresceu a demanda por serviços on-line – supermercados, farmácias, entregas de comida, cursos e entretenimento (Social Miner, 2020). Vários artistas disponibilizaram conteúdo e também passaram a produzir *lives* para minimizar os impactos da

1 Doutora em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco e especialista em Gestão Cultural pela Universidade Rural de Pernambuco (2012). Professora Adjunta da Universidade de Pernambuco (UPE Caruaru) e voluntária da Em Cena Arte e Cidadania, onde já realizou diversas produções culturais. E-mail: paula.goncalves@upe.br

2 Possui graduação em Licenciatura Plena em Matemática pela Universidade do Estado da Bahia (2009), mestrado acadêmico em matemática cursado na Universidade Federal de Campina Grande (2012) e doutorado em matemática no programa em associação da Universidade Federal da Paraíba e a Universidade Federal de Campina Grande (2019) . Atualmente é professor Adjunto da UPE, campus Caruaru. E-mail: alex.borges@upe.br

pandemia na população. A música, por exemplo, passou a ser uma ferramenta de distração para ajudar a tarefa de ficar em casa e diminuir a angústia, no entanto, a dúvida sobre a sobrevivência dos músicos e de toda a cadeia de produção permanece (GONÇALVES. 2020). Se por um lado a cultura é exaltada como um “bem” necessário nesses tempos sombrios, por outro lado levantamos a dúvida se os profissionais da cultura sentem esse reconhecimento através do pagamento do trabalho.

Diante desse cenário de vulnerabilidades e incertezas, o presente artigo busca contribuir com debate sobre a percepção dos trabalhadores da cultura do Brasil sobre os impactos das medidas de controle da epidemia de Covid-19 em seus trabalhos e sobre as ações realizadas para minimizá-las. Nesse sentido, na próxima seção apresentamos a discussão teórica acerca da economia criativa e das formas de contratação dos trabalhadores da cultura. Em seguida, explicitamos a metodologia da pesquisa levada a efeito. Na quarta seção, problematizamos os resultados da pesquisa e na quinta apresentamos as considerações finais a que o estudo permitiu chegar.

REFERENCIAL TEÓRICO

Embora o estudo da cultura e a sua ligação com a economia não seja algo novo, a temática ganhou corpo com o advento da chamada economia criativa, que é uma área do conhecimento relativamente nova. No Brasil só passou a ser formalmente tratada a partir de 2004, com a realização, “durante a XI Conferência da UNCTAD de um painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento” (MIGUEZ, 2007, p. 4). Nos países de língua inglesa como a Austrália e a Inglaterra já era um tema presente nas políticas públicas desde a década de noventa.

Foi a partir do governo do primeiro ministro britânico Tony Blair que a chamada indústria criativa passou a ser vista como um setor estratégico para a economia, em um momento em que o modelo fordista de produção já não respondia às demandas de um mundo conectado em rede e as grandes fábricas se deslocavam para países com o custo de produção menor. O conceito inglês abarca as empresas cuja origem está fincada na criatividade individual, no empreendedorismo, no potencial de geração de riqueza e na criação de empregos através da exploração da propriedade intelectual (BRITISH COUNCIL, 2005).

No entanto, nem toda a produção cultural é passível de exploração por propriedade intelectual, como por exemplo, boa parte da produção da cultura popular e tradicional, que apesar de ser muito forte em algumas regiões do Brasil, quase nunca recebe o retorno financeiro merecido por parte da iniciativa privada, dependendo da ação do estado e de algumas poucas empresas que investem neste tipo de produção cultural. Pensando nessa necessidade de ajuste conceitual, a Secretaria de Economia Criativa do antigo Ministério da Cultura do Brasil cunhou um conceito que visava abarcar a diversidade brasileira.

Nesse sentido, a economia criativa é vista como a economia do intangível, do simbólico, que se alimenta dos talentos criativos, organizados de forma individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos (MINC, 2011). Assim, fica claro que bens como música, roupas, filmes, livros e performances são criativos porque eles geram valor criativo, em que os custos diretos de produção constituem apenas uma fração dos preços e as pessoas pagam, sobretudo, pelas imagens que elas representam, pela marca, por seus significados (KLAMER, 2016).

Para termos uma dimensão econômica, o setor criativo reuniu no Brasil 4.359.964 trabalhadores, no ano de 2019, e o lucro obtido pelas empresas, no ano de 2016, chegou a 202 bilhões de reais (OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL, 2020). No entanto, a partir dos conceitos vistos anteriormente, percebemos que os setores criativos vão além dos setores ligados à produção artístico-cultural e abrangem outras atividades, tais como: novas mídias, indústria de conteúdos, design, arquitetura entre outros; o que dificulta as mensurações em relação ao setor cultural e artístico.

Nesse sentido, Sanguinet, Calvete e Waisman (2016, p. 287) destacam que não há consenso nessa classificação, mas que uma possibilidade quando se estuda a ocupação dos postos de trabalho é considerar: (1) ocupações culturais - as que “relacionam-se a atividades em áreas como das artes, do patrimônio cultural e das expressões culturais” e (2) ocupações criativas - as que “envolvem atividades econômicas baseadas em conhecimento, criatividade, inovação e agregação de valor simbólico” e “caracterizam-se pela inserção em áreas produtivas direcionadas ao mercado”.

Além disso, outro aspecto que complexifica o cenário é a própria configuração organizacional do setor, em que poucas empresas ou conglomerados empresariais dominam o setor de distribuição e uma série de pequenos empreendimentos abarcam os outros elos da cadeia produtiva, se configurando muitas vezes por um oligopólio de franja (TOLITA, 2007). Essa configuração provavelmente impacta os estudos sobre renda, uma vez que pode haver uma grande discrepância entre os trabalhadores da cultura.

Outro aspecto é o caráter de sazonalidade de muitas atividades, sobretudo os eventos ao vivo, o que torna comum as contratações eventuais ou a prestação de serviço autônomo (ou pessoa jurídica como, por exemplo, microempreendedor individual) de forma recorrente, incorrendo muitas vezes em descaracterização do contrato de trabalho formal (LUNDGREN; RODRIGUES, 2020).

Esse arranjo organizacional parece corroborar os dados obtidos por Fialho e Goldstein (2020) ao analisar pesquisas brasileiras sobre o mercado de trabalho do setor cultural. Ainda que consideradas incipientes dadas dificuldades do campo, as diferenças metodológicas e pequeno número de estudos, as pesquisas apontam as seguintes características do mercado de trabalho cultural: a informalidade, embora venha caindo a partir da legislação do microempreendedor individual (Mei), a alta escolaridade e a fragilidade contratual mesmo no setor público, no qual a grande maioria é contratada como comissionado ou terceirizado. Vale destacar que o aumento da formalização através do Mei não resolve a questão da precariedade da contratação conforme visto anteriormente.

METODOLOGIA:

A pesquisa se caracteriza como exploratória descritiva de natureza quantitativa do tipo *survey on-line*. O caráter exploratório refere-se aos poucos dados ainda produzidos sobre a temática dada a caracterização única da situação vivida pelos respondentes. Conforme Gil (2008, p.27) este tipo de pesquisa é realizado “quando o tema é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis” e permite uma maior flexibilização metodológica. O caráter descritivo do estudo é norteado pela necessidade de descrição das características de determinada população, o estabelecimento de relações entre

variáveis e o uso de técnica padronizada de coleta de dados como o questionário (PRODANO; FREITAS, 2013).

A coleta de dados caracterizou-se por um levantamento a partir da aplicação de um questionário estruturado criado na ferramenta “formulários do *google*” com questões em ordem predeterminada, contendo 10 questões fechadas obrigatórias, 2 questões abertas opcionais e 1 questão aberta obrigatória. O *link* do questionário foi enviado pelo *whatsapp* para os(as) trabalhadores(as) da cultura presentes na lista de contato dos pesquisadores e disponibilizado no site da Universidade de Pernambuco, Campus Caruaru. A amostra não probabilística foi do tipo bola de neve (MALHOTRA, 2011), uma vez que os respondentes eram incentivados a compartilhar a pesquisa com os seus próprios contatos. Isso pode explicar o motivo da grande maioria dos respondentes (52,28%) terem sido do Estado de Pernambuco. A coleta de dados ocorreu entre 09 de abril a 16 de abril de 2020 (uma semana) e teve um alcance de 765 respondentes com 744 respostas válidas.

Segundo IBGE (2018) existem no Brasil aproximadamente 5,2 milhões de pessoas trabalhando com o setor cultural. Seguindo as fórmulas apresentadas por Barbeto (2010) e utilizando os dados apresentados acima, concluímos que a amostra de 744 respondentes é representativa e os resultados aqui obtidos têm uma margem de erro de aproximadamente 3,6%, para mais ou para menos.

Para a análise dos dados foram utilizadas a estatística básica e a univariada. A estatística básica foi utilizada de natureza meramente descritiva e objetivou identificar o perfil da amostra e percentagem das respostas. Indicados para quando existe uma medida única de cada elemento da amostra, os testes univariados foram utilizados para identificar a correlação entre algumas das variáveis estudadas, calculando os respectivos coeficientes de Pearson (r). Este coeficiente varia entre -1 e 1. O seu sinal indica se relação entre as variáveis é crescente ou decrescente e o seu valor indica a força da relação. Para Dancey e Reidy (2006), as correlações entre variáveis são classificadas, segundo o coeficiente de Pearson, da seguinte maneira: $r=0,10$ até $0,39$ (correlação fraca); $r=0,40$ até $0,69$ (correlação moderada) e $r=0,7$ até 1 (correlação forte). Para as questões abertas buscamos a categorização através da análise de conteúdo clássica (BAUER, 2015).

ANÁLISE DOS RESULTADOS:

A amostra foi composta por 744 respondentes de 20 estados brasileiros e mais o Distrito Federal, entre os quais obtivemos o maior retorno de Pernambuco (52,28%), Minas Gerais (8,47%), Rio Grande do Norte (7,26%), Alagoas (5,91%), Paraíba (4,57%), Rio de Janeiro (4,03%), São Paulo (3,36%) e Distrito Federal (3,23%). Os outros estados somados atingiram 10,89% da amostra. Não obtivemos respostas dos estados do Amapá, Amazonas, Rondônia, Roraima, Mato Grosso do Sul e Sergipe.

Na Tabela 01, apresentamos os dados demográficos dos respondentes, dentre os quais destacamos que a alta escolaridade, 64,38% da amostra possui nível superior, o que corresponde aos dados obtidos por outras pesquisas no Brasil (FIALHO; GOLDSTEIN, 2020), e a idade, em que a maioria tem entre 31 e 40 anos (30,91%) seguido pelos que tem 41 a 50 anos (25,94%), leva a crer que são pessoas qualificadas e com experiência no mercado de trabalho. Em relação ao gênero, a maioria masculina 55,51% não foge ao padrão de estudos

recentes, tais como Sanguinet, Calvete e Waisman (2016) que apontam o gênero masculino como predominante na área da cultura.

Tabela 01: Dados Demográficos

Gênero		Idade		Escolaridade	
Masculino	55,51%	Até 30 anos	15,46%	Fundamental incompleto	1,08%
Feminino	43,95%	31 a 40 anos	30,91%	Fundamental	3,36%
Não binário	0,40%	41 a 50 anos	25,94%	Médio	31,18%
Não respondeu	0,13%	51 a 60 anos	21,24%	Superior	64,38%
		Mais de 60 anos	6,45%		

Fonte: autoria própria, 2020.

Para a caracterização do trabalhador do setor cultural levamos em consideração duas variáveis: o tipo de trabalho (ou função desenvolvida) e a área artística de atuação. Na Tabela 02 apresentamos os dados em relação à função desenvolvida e tipo de regime de contratação. Salientamos que consideramos a atividade independente, tanto a contratação informal, como também a contratação através de prestação de serviço autônoma e de microempreendedor individual, que embora se configurem como um tipo de contratação formal não produz vínculo empregatício.

Tabela 02: Tipo de trabalho e regime de contratação

Tipo de trabalho		Regime de contratação	
Artista	26,48%	Independente	25,54%
		Contratado com carteira assinada	0,94%
Técnico	4,44%	Independente	3,90%
		Contratado com carteira assinada	0,54%
Produtor	11,96%	Independente	10,35%
		Contratado com carteira assinada	1,61%
Professor de linguagem artística	7,80%	Independente	3,23%
		Contratado com carteira assinada	4,57%
Gestor	5,91%	Público	3,49%
		Instituição sem fins lucrativos	2,02%
		Empresa privada	0,40%
Mais de uma atividade	28,90%	Independente	17,07%
		Pelo menos uma independente e uma com vínculo formal	9,54%
		Com vínculo formal	2,28%
Empresário	9,68%		
Outras	4,84%		

Fonte: autoria própria, 2020.

Nos dados da Tabela 02, destacamos a grande quantidade de contratações independentes, o que já era esperado das pesquisas já citadas, mas também o número de respondentes que realiza mais de uma atividade (28,90%). A única atividade que o número de contratações com carteira assinada (4,57%) é maior que a independente (3,23%) foi a de

professor, talvez pela exigência da obrigatoriedade de docentes em diversas linguagens nas escolas. Entre os que realizam mais de uma atividade, várias configurações foram citadas, como por exemplo, artista, técnico e produtor; artista e professor; técnico e professor; artista e gestor e produtor e empresário.

No que se refere aos gestores a área de maior representatividade é a pública (3,49%) e a quantidade de respondentes que se identificaram como empresários do setor cultural também foi significativa (9,68%). Já em relação à linguagem artística, a grande maioria trabalha com mais de uma linguagem (43,82%), seguido por música (17,34%), audiovisual (11,56%), artes visuais (5,51%), dança (5,38%), teatro (5,24%) e outras (11,16%).

Em relação ao trabalho, 59,95% dos respondentes afirmaram que não estão conseguindo trabalhar e apenas 36,42% que estão trabalhando, dos quais 2,69% estão se deslocando para o trabalho e 33,74% em casa (*home office*). Pelo grande número de respondentes que não estão trabalhando já era esperado também um quantitativo alto de pessoas com perda de renda (Tabela 03). Além disso, podemos perceber que uma parcela grande das pessoas que continua trabalhando também teve redução de renda.

Ainda na Tabela 03, percebemos que dos que tiveram redução de renda, 35,62% já se encontra com dificuldades financeiras e 38,44 %, em breve, também estarão, denotando um sentido de urgência para a aplicação de medidas de mitigação dos efeitos da pandemia sobre a renda desse grupo de trabalhadores. Destacamos também a fragilidade daqueles que possuem contratos de trabalho que asseguram a renda, visto que alguns respondentes alertaram para as possibilidades de suspensão parcial ou total do contrato, redução de jornada e corte de benefícios. Vale destacar que analisamos se existe uma correlação entre o nível de escolaridade e a perda de renda. Para tanto, calculamos o coeficiente de Pearson, obtendo - 0,11, indicando que existe uma correlação negativa fraca entre estas duas variáveis, ou mais precisamente, que houve uma perda de renda generalizada, porém esta perda tende a ser mais acentuada nas pessoas com uma maior qualificação educacional.

Tabela 03: Impacto das medidas de prevenção ao Covid 19 sobre a renda

Perda de renda			
Sim	80,51%	Mas consegui "vender" minha arte de outra maneira	4,44%
		Em breve estarei em dificuldades	38,44%
		Já estou com dificuldades financeiras	35,62%
		Mas tenho outra renda ou reserva	2,02%
Não	16,94%	Meu contrato de trabalho foi assegurado	13,17%
		Consegui "vender" minha arte de outra maneira	2,42%
		Não	1,34%
Outros	2,55%		

Fonte: autoria própria, 2020.

Quando perguntados se tinham conhecimento sobre ações de mitigação do impacto da epidemia sobre o setor cultural, a grande maioria respondeu que não, tanto em relação ao poder público como da iniciativa privada, conforme pode ser observado na tabela 04.

Podemos ter duas leituras em relação ao resultado: as iniciativas são ainda insuficientes e, as que existem, a divulgação ainda não atingiram ao público-alvo.

Tabela 04: Conhecimento sobre medidas de mitigação do impacto da epidemia

Poder público		Iniciativa privada	
Não	78,63%	Não	91,67%
Sim	21,37%	Sim	8,33%

Fonte: autoria própria, 2020.

Entre as pessoas que responderam sim, questionamos quais as ações que elas tinham conhecimento que já teriam sido lançadas pelo poder público e iniciativa privada em seus estados e municípios. Conforme pode ser observado na Tabela 05, em relação às ações do poder público o destaque foi para o lançamento de editais de forma genérica sem especificação do teor (35,22%) e editais para produção de conteúdo on-line (30,19%). Diversos exemplos foram citados pelos respondentes, tais como Edital Festival Cultural Dendicasa (CE), Sossega o Facho em casa (PI), Tô em casa e Tô na Rede (Fundação José Augusto/ RN), Festival Dendi Casa Tem Cultura (AL), Festival Te Aquieta em Casa (PA), Edital Fac Apresentações On-Line (DF), Arte Na Rede (Niteroi/RJ), Edital Para Espetáculos Nas Janelas De Prédios (Prefeitura/SP). Chama a atenção a ausência de exemplos do Estado de Pernambuco, mas isso se deve ao número superior de respostas “não” de Pernambuco (ao analisarmos apenas as respostas referentes a ações do estado, a percentagem de respostas “não” sobe para 94,08%).

Tabela 05: Quais medidas você tem conhecimento

Poder público		Iniciativa privada	
Editais (genérico)	35,22%	Editais de empresas ou instituições privadas	45,16%
Editais para criação de conteúdo on-line	30,19%	Arrecadação/Distribuição de donativos	16,13%
Auxílio financeiro emergencial	7,55%	Atuação das associações de classe	9,68%
Doação de cestas básicas	5,03%	Atividades artísticas virtuais remuneradas	8,06%
Pagamento de cachês / Desburocratização	5,66%	Compra de equipamentos/materiais de saúde	3,23%
Fechamento dos equipamentos com manutenção de salários	2,52%		
Outras	13,84%	Outras	17,74%

Fonte: autoria própria, 2020.

Embora com um número menor de respostas, chamou à atenção a proposta de pagamento de cachês/desburocratização (5,03%) que diz respeito a apresentações já realizadas e editais já em curso ou finalizados, ou seja, o cumprimento de uma obrigação de pagamento contraída pelo Estado antes mesmo da epidemia do novo coronavírus está sendo apontada como uma alternativa de mitigação dos seus efeitos. Na iniciativa privada, os editais também mereceram destaque (45,16%) e os mais citados foram o do Instituto Itaú Cultural e do Banco de Desenvolvimento do Estado Minas Gerais.

O nosso último questionamento foi uma pergunta aberta sobre o que cada pessoa tem feito para mitigar os efeitos da epidemia no seu próprio trabalho. Como pode ser visto na Tabela 06 grande parte das pessoas sintetizaram o sentimento de que não há nada a ser feito (28,36%), esse grupo reuniu desde pessoas que responderam “nada”, “não consigo fazer nada”, “rezo”, “medito” até os que responderam que seguem as orientações das autoridades, como “fique em casa” e “isolamento social”. Um segundo grupo respondeu em relação a ampliação da presença no ambiente virtual (13,31%) em diversos formatos (*lives*, redes sociais, vídeos aulas e comércio eletrônico) e não necessariamente rentáveis.

Tabela 06: Ações pessoais para mitigar os efeitos da epidemia

Nada. Não há o que fazer. Não consigo fazer nada. Seguido as orientações das autoridades de saúde. Rezando para passar logo.	28,36%
Presença on-line (divulgação nas redes sociais, aulas online, lives, financiamento colaborativo e comércio eletrônico)	13,31%
Criando, produzindo e/ou planejando para o futuro	10,89%
Capacitação/ Estudo	9,95%
Home office	7,39%
Outras formas de trabalho (principalmente fora do setor cultural)	5,51%
Escrevendo nos editais	4,70%
Redução de despesas/ Corte de custos/ Economia	4,03%
Articulação com o setor público ou associação de classe ou coletivos de trabalhadores da cultura	3,36%
Colaborado em ações sociais (principalmente voltado para artistas e técnicos)	3,09%
Continuo trabalhando	2,02%
Empréstimos/Crédito	0,81%
Outras	6,59%

Fonte: Autoria própria, 2020.

De certa forma, as respostas relacionadas a “Criando, produzindo e/ou planejando para o futuro” (10,89%) e “Capacitação/Estudo” (9,95%) denotam uma utilização produtiva do tempo durante o isolamento social pensando em perspectiva de utilização da produção no período após a pandemia. Já entre aqueles que estão realizando algo pensando no agora, dois grupos chamaram a nossa atenção: os que estão procurando outra forma de trabalho (5,51%) e os que estão escrevendo em editais (4,70%). No primeiro grupo destacaram-se as respostas da busca de trabalho fora do setor cultural, o que não fica claro se é algo temporário ou definitivo. E o segundo grupo chama a atenção pelo pequeno número de respostas, uma vez que os editais foram os principais instrumentos apontados pelos respondentes utilizados tanto pelo poder público como pela iniciativa privada para mitigar os efeitos da epidemia no setor. Isso

pode indicar que esse instrumento é acessado por poucos trabalhadores da cultura, sendo ineficaz para atender o setor no momento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A crise na saúde e sanitária provocada pela pandemia do novo coronavírus levou às autoridades a tomarem medidas de distanciamento e isolamento social que provocaram impacto direto sobre a economia e a renda da população, cujo alcance ainda carece de estudos e compreensão pelos diversos países. Em relação aos trabalhadores, esse artigo se debruçou para aqueles do setor cultural brasileiro, uma vez que o fechamento dos equipamentos culturais e o cancelamento ou adiamento de eventos foram uma das primeiras medidas tomadas para garantir o distanciamento social.

Apesar de termos uma amostra formada em sua maioria por trabalhadores do setor cultural atuantes no Estado de Pernambuco (uma limitação do estudo), os dados nos mostram a percepção dos trabalhadores da cultura em relação da perda de renda e ao conhecimento sobre ações mitigadoras dos efeitos da crise. A perda de renda atingiu praticamente todos os grupos independentes de gênero, grau de instrução ou tipo de trabalho. O sentido de urgência da necessidade de implementação de medidas de mitigação é ainda mais intensificado dada a quantidade de respondentes que afirmam já está com dificuldade financeira.

Outro fator de alerta é o baixo conhecimento das medidas de mitigação, em geral em formato de editais públicos, lançadas pelo poder público estadual e municipal e pela iniciativa privada, o que nos leva a crer que as medidas são insuficientes e sua divulgação não atinge a massa de trabalhadores do setor cultural. Sugerimos então uma articulação com a imprensa de massa e uma ação do Governo Federal de modo a atingir a gama de trabalhadores em nível nacional. Além disso, a política de editais pode não atender ao sentido de urgência que o momento exige, sendo necessária a estruturação de uma política de transferência de renda mais rápida.

Salientamos que após o fechamento de nossa coleta de dados uma proposta de transferência de renda foi destaque no Congresso Nacional, a Câmara dos Deputados aprovou, no dia 26 de maio de 2020, o Projeto de Lei nº 1.075, que prever o pagamento de auxílio emergencial de R\$ 600,00 os trabalhadores da cultura, subsídios para empresas, espaços e organizações da cultura e editais para a produção de conteúdo on-line. Após a aprovação no Senado Federal o PL, que foi batizado por Lei Aldir Blanc, foi sancionado pelo Presidente da República no dia 29 de junho de 2020, no entanto o artigo que trazia a emergência no repasse do recurso foi vetado.

REFERÊNCIAS:

- BARBETTA, P. A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. Série Didática. 7ª ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2010.
- BAUER, M. W. *Análise de conteúdo clássica: uma revisão*. In: Bauer, M. W. & Gaskell, G. (orgs). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

- BRITISH COUNCIL. *Mapping the creative industries: the UK context*. London, Oct. 2005. p.5.
- DANCEY, C; REIDY, J. *Estatística Sem Matemática para Psicologia: Usando SPSS para Windows*. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- FIALHO, A. L.; GOLDSTEIN, I. *Dados e tendências das organizações culturais e de seus profissionais no Brasil*. Revista Observatório Itaú Cultural. n. 26 (dez. 2019 / jun. 2020). São Paulo: Itaú Cultural, 2020.
- FIGUEIREDO, J. L. In: BAUBI, C. *Impacto do coronavírus na cultura será de mais de R\$ 100 bilhões, diz especialista*. Folha de São Paulo. Ilustrada. 3 de abril, 2020. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/04/impacto-do-coronavirus-na-cultura-sera-de-mais-de-r-100-bilhoes-diz-especialista.shtml?utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwa Acesso em 14 abr 2020. (entrevista).
- GIL, A. *Carlos Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008. p.27.
- GONÇALVES, R. *A valorização da música e a desvalorização do músico: A pandemia do Covid-19 expõe a vulnerabilidade do trabalho musical pós-digital*. In: Revista Bravo. 23 mar 2020. Disponível em: <https://medium.com/revista-bravo/a-valoriza%C3%A7%C3%A3o-da-m%C3%BAsica-e-a-desvaloriza%C3%A7%C3%A3o-do-m%C3%BAsico-c5d409008fd3> Acesso em 11 maio 2020.
- IBGE (2018). *SIIC 2007-2018: Setor Cultural ocupa 5,2 milhões de pessoas em 2018, tendo movimentado R\$ 226 bilhões no ano anterior*. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26235-siic-2007-2018-setor-cultural-ocupa-5-2-milhoes-de-pessoas-em-2018-tendo-movimentado-r-226-bilhoes-no-ano-anterior>. Acesso em 26 de maio de 2020.
- KLAMER, A. *Pensar economia criativa pede por outra ciência econômica: introduzindo a abordagem “value based”*. In: Valiati, L. & Moller, G. (orgs). *Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.
- LUNDGREN, P. C.; RODRIGUES, G. F. *O trabalho e a cultura: as formas de contratação do profissional artista e as disposições legais aplicáveis*. Revista Observatório Itaú Cultural. n. 26 (dez. 2019 / jun. 2020). São Paulo: Itaú Cultural, 2020.
- MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- MIGUEZ, Paulo. *Repertório de fontes sobre economia criativa*. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2007, p. 4
- MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Brasília, Minc, 2011. 156 p.
- OBEC-BA. *Impactos da Covid-19 na economia criativa: boletim resultados preliminares*. Observatório da Economia Criativa. Bahia, edição 1, 2020.
- OBSERVATÓRIO Itaú Cultural. *Painel de dados: mercado de trabalho e empreendimentos*. Itaú Cultural, 2020 Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/pesquisa> Acesso em 15 abr 2020.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / 2. ed*. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- PROJETO DE LEI Nº 1.075. *Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e dá outras providências*. 2020. Disponível em:

<https://static.congressoemfoco.uol.com.br/2020/05/SUBSTITUTIVO-PL-1075-26-de-maio.pdf> Acesso em 27 maio 2020.

SANGUINET, E. R.; CALVETE, C. S.; WAISMANN, A. P. Economia da cultura e economia criativa no Brasil: uma análise conjuntural do mercado de trabalho (2014-2016). In: Valiati, L & Moller, G. (orgs). *Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

SOCIAL, M. (2020). *O que mudou no comportamento do consumidor: dados revelam os impactos do coronavírus no comportamento do consumidor de e-commerces*. Social Miner, 2020. Disponível em: https://conteudo.socialminer.com/dados-coronavirus-comportamento-do-consumidor?utm_campaign=newsletter_corona_crise_vii_-_setimo_envio&utm_medium=email&utm_source=RD+Station Acesso em 14 abr 2020.

TOLITA, P. *Economia e cultura: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Ilumiras: Itaú Cultural, 2007.