PESQUISA

IMPACTOS DA COVID-19 NA ECONOMIA CRIATIVA

RELATÓRIO FINAL

OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA CRIATIVA #bahia

UFRB

Observatório da Economia Criativa - Bahia
Endereço: Rua Barão de Jeremoabo, s/n, PAF-V,
Ondina – CEP 40170-115 - Salvador – Bahia – Brasil.

Email: obecbahia@gmail.com
Site: www.obec.ufba.br
Facebook: www.facebook.com/obecbahia
Instagram: www.instagram.com/obecbahia

Produção gráfica: Raíssa Caldas

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Bibliotecas da UFRB.
Bibliotecária: Luciana Oliveira CRB5/1731

P474 Pesquisa Impactos da Covid-19 na Economia Criativa: relatório final de pesquisa / Daniele Pereira Canedo, Carlos Beyrodt Paiva Neto, (coordenadores) – Salvador: Observatório da Economia Criativa: Santo Amaro: UFRB, 2020.

60p. il.

Vários Autores.

1. Indústria cultural. 2. Economia criativa. 3. Covid-19. 4. Política cultural. . 5. Cultura - Politicas públicas. 4. I. Canedo, Daniele Pereira. II. Paiva Neto, Carlos Beyrodt. III. Título.

CDD 301.2981

OBSERVATÓRIO
DA ECONOMIA CRIATIVA
#bahia

Bahia,
Agosto de 2020

SOBRE O OBEC-BA

O Observatório da Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA) é um coletivo interinstitucional e multidisciplinar que desenvolve atividades de ensino, pesquisa e extensão a partir da compreensão da cultura como fundamento e vetor para o desenvolvimento integrado e inclusivo. O grupo reúne docentes, discentes e técnicos da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), da Universidade Federal da Bahia (UFBA), da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), além de pesquisadores independentes e de outras instituições, públicas e privadas, que atuam em diversas áreas de conhecimento.

Sediado no Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia (IHAC/UFBA), o OBEC-BA foi instituído em 2014, através de um edital da Secretaria de Economia Criativa, do antigo Ministério da Cultura, como parte de uma rede de núcleos vinculados às universidades federais do Brasil. A rede teria como objetivo produzir informações e conhecimento e gerar experiências e experimentações sobre a economia criativa local e estadual. Apesar de constantes mudanças nos rumos das políticas públicas para a economia criativa, o OBEC-BA vem resistindo e se mantendo atuante.

O Observatório estrutura suas ações a partir de três eixos: 1. Estudo e Pesquisa; 2. Articulação; e 3. Difusão. O primeiro, Estudo e Pesquisa, envolve a promoção de investigações através da coleta, sistematização e análise de dados e indicadores econômicos e sociais para: diagnóstico, monitoramento e avaliação de políticas públicas e marcos legais; desenvolvimento de estratégias para a gestão dos setores da economia cultural e criativa; análise da sustentabilidade mercadológica das iniciativas criativas; e mapeamento da capacidade de articulação de indivíduos e organizações visando a atuação em rede.

A segunda linha de ação está dedicada a Articulação e envolve a cooperação com instituições públicas, privadas e da sociedade civil que atuam nos setores criativos, o que pode ser exemplificado pelas participações de membros do OBEC em reuniões, comissões, conselhos, eventos, palestras, seminários e entrevistas. Por fim, o terceiro eixo está focado na Difusão, principalmente a partir de atividades formativas, publicações impressas e digitais e da realização de eventos. Em 2015, o OBEC lançou o livro "Dimensões Criativas da Economia da Cultura: primeiras observações" (EDUFBA, 2015), com pesquisas dos membros do observatório. Ademais, tem publicado artigos, boletins, vídeos e notícias sobre a economia criativa.

Entre os eventos realizados, ressalta-se o OBEC Estudos e Pesquisas, encontro mensal, aberto ao público; a Desconferência da Economia Criativa (2014) e as três edições do Encontro Internacional da Economia Criativa – EIEC (2014, 2015, 2017). A programação do EIEC privilegia discussões conceituais e empíricas sobre a sustentabilidade da economia criativa e a troca de experiências sobre inovação e empreendedorismo na gestão dos setores culturais e criativos. Conta com palestras, mesas redondas, casos criativos, relatos de experiências e performances artísticas e culturais. O evento já trouxe para a Bahia referências no cenário internacional da economia criativa como David Throsby (Austrália), Françoise Benhamou (França), Mário Lúcio Sousa (Cabo Verde), Cláudia Leitão (Brasil), Edna do Santos-Duisenberg (Brasil) e Félix AyohÓmidire (Nigéria).

O OBEC-BA acredita no papel da universidade pública, gratuita, inclusiva e socialmente referenciada, e na necessidade desta estabelecer uma conexão constante com a realidade local na produção de conhecimento sobre o vetor socioeconômico das artes e da cultura. Destacam-se, neste sentido, as políticas públicas, as iniciativas de sustentabilidade e inovação, as cidades e suas dimensões criativas, que podem contribuir para o desenvolvimento da sociedade contemporânea.

Siga o OBEC-BA nas redes sociais: @obecbahia

OBSERVATÓRIO
DA ECONOMIA CRIATIVA
#bahia

EQUIPE DA PESQUISA

Coordenação

Daniele Canedo (Cecult e Proext/UFRB; NPGA/UFBA)
Carlos Paiva (FUNCEB/SECULT; Pós-Cultura/UFBA)

Pesquisadores

Carlos Magno Guerra (UNEB; NPGA/UFBA)
Carmen Lima (UNEB)
Elizabeth Ponte (Gestora Cultural/ Pesquisadora)
Karine Karam (ESPM-RJ)
Leonardo Costa (UFBA)
Luciana Guilherme (ESPM-RJ)
Luiz Gustavo Campos (Pós-Cultura/UFBA)
Mércia Queiroz (FUNCEB/SECULT; Pós-Cultura/UFBA)
Raíssa Caldas (Pós-Cultura/UFBA)
Renata Rocha (UFBA)
Rosimeri Carvalho (UFRGS)

COLABORAÇÕES ACADÊMICAS

Bruno Borja (UFRRJ)
Luciano Simões (UFRB)
João Guerreiro (IFRJ/Nilópolis; UFRRJ)

PARCERIAS INSTITUCIONAIS

Secretaria de Cultura do Estado da Bahia
Fundação Gregório de Mattos - Prefeitura de Salvador
Cátedra UNESCO de Políticas Culturais e Gestão
RS Criativo
Secretaria de Cultura Estadual do Rio Grande do Sul
Secretaria de Cultura Estadual de Minas Gerais
Secretaria de Cultura Estadual do Rio de Janeiro
Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte

"A pesquisa é de uma extensividade indiscutível!"

A pesquisa "Impactos da COVID-19 na Economia Criativa", do OBEC-BA, fala por si, na medida em que ela acumula, organiza e distribui uma série de dados importantíssimos sobre os vários setores criativos da vida cultural brasileira. O pressuposto básico que fez com que essa pesquisa viesse à tona é o próprio conceito da economia criativa. Além disso, a necessidade de compreensão da aderência fundamental entre a produção do conhecimento, a produção do mundo da subjetividade e de ambos com a condição material da formação de riqueza no país.

Esta pesquisa é bem-vinda nos vários sentidos. Primeiro o fato de que esse trabalho tenha sido feito num contexto de cooperação entre universidades brasileiras e outras instituições é de muita importância, assim como o fato de que ela tenha proposto, através de seus Boletins Preliminares e eventos online, aumentar a oferta de conhecimento para o país inteiro. A capilaridade própria que o mundo universitário oferece, ao promover e compartilhar uma pesquisa como essa, contribui para que a noção profunda da dimensão holística da cultura faça parte da percepção cotidiana do brasileiro em geral a respeito da nossa cultura.

É notável também a agilidade e a maneira rápida com que o OBEC-BA reagiu à compreensão de uma necessidade urgente, proporcional à rapidez com que o mundo reagiu à pandemia. A urgência e a presteza da pesquisa também demonstram os novos estímulos que a pandemia provocou para que nós buscássemos, tivéssemos e estimulássemos mais conhecimento.

A pesquisa é de uma extensividade indiscutível. Ela também tem o papel de evidenciar a condição dramática que as desigualdades e as assimetrias sociais e econômicas estabelecem para a vida brasileira, para o povo brasileiro. Toca ainda no ponto de que todas as mazelas, todas essas dificuldades profundas que a pandemia enfatiza são historicamente os grandes problemas da vida e da sociedade brasileira. Aponta também muito claramente a demanda dos grupos, das pequenas organizações e coletivos de produção e criação, por desenvolvimento tecnológico, incluindo o acesso aos meios tecnológicos como demandas cada vez mais sérias.

A pesquisa ilustra a importância do papel central da universidade na formação do conhecimento na vida brasileira. Os observatórios, o exemplo do Observatório da Economia Criativa da Bahia, são exemplos dessa necessidade cada vez maior de um envolvimento direto da universidade na formação do conhecimento, não só no sentido das acumulações de conhecimentos que a universidade transfere, ou tem de transferir para a sociedade, mas no sentido dessa captação permanente que a universidade faz das fontes de conhecimento, das fontes de geração de interesse, por fim, da energia vital que a universidade capta. A pesquisa também evidencia essa transferência em via dupla da universidade para a sociedade, da sociedade para a universidade.

Esse relatório está à disposição de todos e deve circular, como um registro de uma contribuição que precisamos dar para a vida cultural brasileira. Só me resta, portanto, saudar esse trabalho, mais uma contribuição importante da universidade da Bahia se associando ao Rio Grande do Sul, ao Rio de Janeiro, a Minas Gerais e trazendo para perto instituições relevantes da vida universitária brasileira. Agradeço e parabenizo todos os participantes, todos que estiveram por detrás da pesquisa e que trouxeram essa acumulação e distribuição importante de dados e percepção sobre os impactos da pandemia na cultura e na economia criativa brasileira.

Gilberto Gil
Músico, compositor e ex-ministro da Cultura.

"E importante, claro, por desnudar, com os números que recolhe e analisa de forma competente e cuidadosa, a situação de extrema fragilidade e vulnerabilidade em que se encontram, por conta da pandemia, trabalhadores e organizações da economia criativa."

A publicação pelo Observatório da Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA) do Relatório Final da sua pesquisa Impactos da COVID-19 na Economia Criativa nos sugere, ao menos, dois breves registros.

O primeiro, em tom de celebração. Sim, porque em tempos tão sombrios para a cultura, as artes, a educação e a ciência em nosso país, em tempos de obscurantismo e de ataques ferozes contra nossas universidades públicas, em tempos assim é mais que devido celebrar o fato de ser o OBEC um programa que resulta de uma política pública no campo da cultura – posta em marcha lá atrás pelo então Ministério da Cultura, desgraçadamente agora extinto – e de estar sediado numa instituição federal de ensino superior – a Universidade Federal da Bahia.

O segundo registro é para dar conta da importância mesma da pesquisa, e que agora têm os resultados finais trazidos à público. Importante pela forma como foi realizada, acionando um corpo interinstitucional de pesquisadores de várias universidades brasileiras e estabelecendo parcerias com diversas instituições públicas e privadas do campo da cultura, o que lhe garantiu, além da riqueza dos múltiplos olhares, uma abrangência em escala nacional. E importante, claro, por desnudar, com os números que recolhe e analisa de forma competente e cuidadosa, a situação de extrema fragilidade e vulnerabilidade em que se encontram, por conta da pandemia, trabalhadores e organizações da economia criativa e por mapear suas necessidades mais imediatas para o enfrentamento dos enormes desafios exigidos pelos ajustes estratégicos que terão que fazer.

A expectativa, agora, é que a leitura dos dados e análises publicadas pela pesquisa possam dar lugar a novos e mais completos estudos e investigações – vale lembrar que a economia criativa é caracterizada por uma diversidade de atores e de escalas que englobam dos conglomerados das indústrias culturais às micro cadeias produtivas das nanoeconomias que se organizam à volta das manifestações culturais comunitárias – e, muito particularmente, venha a servir como base para a formulação das necessárias políticas de apoio indispensáveis aos múltiplos setores que dão corpo à economia criativa no Brasil.

Parabéns OBEC-BA!

Paulo Miguez
Professor da Universidade Federal da Bahia

Cultura e Cidadania

*O centro do mundo acabou. Hoje o centro do mundo é onde há uma conexão da Internet. Todo o indivíduo pode ser o centro do mundo. Por essas razões ninguém pode ser mais o centro do mundo olhando para o seu umbigo. (...) ser o centro do mundo é estar permanentemente ligado ao outro.**

Mário Lúcio Sousa.

A cultura, entendida na amplitude de suas dimensões antropológica e sociológica, é essencial e constitutiva da vida humana. Parto dessa afirmação para não deixar dúvidas quanto à essencialidade da cultura, e, por conseguinte, da educação (como faces de uma mesma moeda), num momento em que a pandemia abala as bases sob as quais se assenta a vida humana.

Se, antes da pandemia, já assistíamos a uma desarticulação do nada estável edifício institucional da cultura, quer pelo decréscimo de atenção do poder público em nível federal – que, inclusive, o ataca sempre que possível, diminuindo sua importância –, quer pelo combate à área, em forma de censura, hoje com a pandemia a situação piorou drasticamente, porque os meios materiais imediatos de manutenção das ações ficaram em suspenso, trazendo perdas financeiras significativas e abalo aos inúmeros profissionais da área.

Os dados da pesquisa Impactos da Covid-19 na Economia Criativa (OBEC-BA) assumem uma bem-vinda dianteira neste momento, ao fornecer indícios e um quadro abrangente da situação atual e dos desafios concernentes aos profissionais e das organizações atuantes nesta área.

A pesquisa amplifica seu mérito ao trazer um diagnóstico assertivo sobre as ações que se mostram viáveis para auxiliar a superar esse quadro, incluindo o esforço da área em preservar suas ações no meio digital ou recorrendo a novas estratégias, constituição de parcerias, outros modos de geração de receita e, ainda, por meio da digitalização de acervos e projetos a serem disponibilizados no ambiente virtual.

Além das medidas que se dirigem essencialmente para a sustentabilidade financeira e o aprimoramento da ação em ambiente virtual, o trabalho dos diversos pesquisadores envolvidos identificou mais duas demandas que são importantes para enfrentar a crise: a qualificação em gestão cultural e o investimento em pesquisa e capacitação. Trata-se de um par em que um não se desenvolve sem o outro.

Portanto, o retorno a um "novo normal" exigirá de todos nós a ampliação dos esforços pela diminuição das desigualdades; exigirá aumento do investimento ativo que mire a constante melhoria da sociedade por meio de ações que assinalam a democracia cultural, um diálogo profundo com as comunidades nas quais o Sesc se faz presente e em parceria com instituições e organismos que visam o bem comum, a equidade e a diversidade dos modos de ser e viver.

Danilo Miranda
Filósofo e diretor do Sesc São Paulo.

*SOUSA, Mário Lúcio. Meu verbo cultura. Escritos amorosos sobre cultura e desenvolvimento. Org. Claudia Leitão. Edufba: Salvador, 2016, p.31.

Imagem de pxhere.com (CC0 Public Domain)

Sumário

Apresentação . . . 9
Notas metodológicas . . . 11
Principais resultados da pesquisa . . . 13

Identificação dos respondentes
Localização . . . 16
Principais setores de atuação . . . 17
Etapas da cadeia produtiva . . . 18

Perfil dos respondentes
Organizações . . . 19
Indivíduos . . . 20
Características da ocupação dos profissionais da cultura . . . 23
Proteção social e associativismo na cultura . . . 25

Impactos
Atividades adiadas ou canceladas . . . 28
Tipologia das atividades mais impactadas . . . 29
Impactos na gestão . . . 30
Capacidade de se manter em caso de suspensão total de fontes de receita . . . 31
Impactos da COVID-19 para a composição da receita . . . 31
Impactos no quadro de colaboradores . . . 32

Estratégias
Estimativa temporal dos impactos . . . 35
Recursos utilizados e necessidades para enfrentar os impactos da pandemia . . . 38
Como profissionais e organizações reagiram à crise da COVID-19 . . . 41
Medidas para recuperação econômica do setor . . . 42

Relações prévias com mecanismos de financiamento à cultura
Apoio Direto . . . 48
Incentivo Fiscal . . . 49
Crédito . . . 50

Considerações Finais . . . 52
Agradecimentos . . . 54
Referências . . . 55
Anexo . . . 56

Apresentação

O contexto da crise sanitária de 2020 deve ficar registrado como um marco na história global. Além dos efeitos do novo coronavírus sobre a saúde pública e sobre a vida de milhares de pessoas, a pandemia tem impactado também a economia mundial e tem se mostrado particularmente crítica para os setores artísticos, culturais e criativos. Eles estão entre os primeiros que sentiram os impactos da crise e, provavelmente, estarão entre os últimos a voltarem à normalidade no mundo pós-pandemia. Suas atividades dependem do encontro entre pessoas, da presença em espaços fechados e de aglomerações em todas as etapas da cadeia produtiva: na criação, na produção, na distribuição e no consumo ou fruição. O fechamento de espaços culturais e o cancelamento de eventos e apresentações resultou, portanto, em uma súbita e substancial perda de receitas.

A situação se torna ainda mais difícil tendo em vista a persistência de uma crise nas políticas culturais que precede a pandemia. Desde 2016, vemos o desmonte de políticas públicas, campanhas de difamação e tentativas de criminalização de artistas. Somam-se a isso sucessivos cortes orçamentários, contingenciamentos de fundos e reformas administrativas, culminando na transformação do Ministério da Cultura (MinC) em uma Secretaria Especial de Cultura atualmente vinculada ao Ministério do Turismo. O novo órgão é marcado, desde sua criação, pela alta rotatividade de gestores e pela ausência de políticas nacionais para o setor. Infelizmente, esse descaso repercute nos âmbitos estadual e municipal, resultando no enfraquecimento de diversas estruturas de gestão da cultura.

Neste contexto, o Observatório da Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA), entendeu, logo no início da pandemia, que era urgente criar mecanismos para registrar, monitorar e analisar suas consequências nos setores artísticos, culturais e criativos. A pesquisa “Impactos da COVID-19 na Economia Criativa" foi desenvolvida em março de 2020 para coletar dados, promover análises e gerar subsídios para os debates e para as políticas públicas de enfrentamento aos efeitos da crise sanitária que tem atingido indivíduos e organizações. Primeira pesquisa nacional com este formato e propósito, inspirada em estudos internacionais, foi desenvolvida para identificar o perfil, os impactos, as estratégias e as percepções dos diversos profissionais e organizações que compõem os setores da economia criativa no Brasil. A coleta de dados ocorreu entre os dias 27 de março e 23 de julho, obtendo 2.608 respostas, sendo 1.639 de indivíduos e 969 de organizações. Destas, 1.910 respostas foram validadas e analisadas.

Desde o princípio, estávamos cientes de que o poder público seria central no enfrentamento da crise, motivo pelo qual entramos em contato com todas as secretarias de estado e das capitais, oferecendo a pesquisa e os dados por ela coletados como insumos para a reflexão e tomada de decisão pelos gestores. Foram realizadas parcerias com os seguintes órgãos: a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia; a Fundação Gregório de Mattos, da Prefeitura de Salvador; o RS Criativo e a Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul; a Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais; a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro, a Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte e a Cátedra Unesco de Políticas Culturais e Gestão da Fundação Casa de Rui Barbosa. Também realizamos parcerias com centros de pesquisa, compreendendo que podemos desenvolver melhores reflexões em rede. Assim, somaram-se à equipe inicial pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM- Rio), do Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ) e da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

Ao longo dos quatro meses de aplicação dos questionários, buscamos acompanhar os efeitos da pandemia com análises periódicas por meio dos Boletins Resultados Preliminares. Divulgamos cinco boletins que estão disponíveis no site da pesquisa, incluindo uma edição especial com recomendações para a implementação da Lei 14.017/2020, conhecida como "Lei Aldir Blanc".

Este relatório final apresenta uma sistematização dos principais resultados da pesquisa. Todo o documento é produto de um trabalho coletivo feito por pessoas voluntárias e motivadas, principalmente, pelo desejo de contribuir com o enfrentamento dos efeitos da crise e a recuperação da Economia Criativa. Os textos e gráficos foram elaborados priorizando a simplicidade, a praticidade e a aplicabilidade das informações. O objetivo principal é democratizar o acesso a resultados de estudos e reflexões no campo da cultura, tornando-os compreensíveis e úteis para os agentes culturais. Esperamos que as informações e análises compartilhadas contribuam para a recuperação e para o futuro dos setores artísticos, culturais e criativos no Brasil.

Notas metodológicas

Inicialmente, o OBEC-BA decidiu realizar uma pesquisa com foco no estado da Bahia. Todavia, a partir do levantamento de outras iniciativas dedicadas a mensurar as consequências da COVID-19 no setor cultural, foi identificada uma lacuna quanto a projetos de abrangência nacional. Percebeu-se que o instrumento de coleta de dados, que estava em desenvolvimento, poderia ser aplicado em outros estados da federação, oportunizando análises comparativas importantes para um país do tamanho e diversidade do Brasil. Foram, então, realizados contatos com pesquisadores de outras regiões buscando estabelecer colaborações acadêmicas.

A decisão de elaborar dois instrumentos para coletar dados de indivíduos e organizações teve o propósito de captar as particularidades de cada tipo de respondente. A maior parte das pesquisas no Brasil procurava mensurar impactos econômicos, com foco na quantidade de eventos cancelados e nas perdas de receita e renda para o setor. A equipe optou por ampliar a perspectiva da avaliação de impacto para além da dimensão econômica, agrupando os temas investigados em três:

1. Impactos estimados da COVID-19 - Identificação do perfil dos impactados, a proporção das atividades afetadas, a escala de grandeza das perdas financeiras, receitas mais afetadas e repercussões no mercado de trabalho da economia criativa;
2. Estratégias e necessidades - Levantamento da percepção do setor criativo em relação às estratégias de enfrentamento que estão sendo acionadas e as principais necessidades, incluindo as não atendidas;
3. Relações prévias com mecanismos de financiamento à cultura - Identificação da relação dos agentes culturais, nos últimos cinco anos, com os três níveis de governo no Brasil, com instituições privadas de crédito e com organizações estrangeiras, através dos mecanismos de fomento mais tradicionais (apoio direto, incentivo fiscal e crédito).

O questionário passou por duas fases de teste. Na primeira, foi enviado para pesquisadores e agentes culturais experientes que fizeram uma série de recomendações e sugestões. Posteriormente, entre os dias 27 de março e 17 de abril, foi disponibilizado para o público e recebeu respostas de 392 indivíduos e 255 organizações. A análise dos resultados dos primeiros 22 dias de aplicação contribuiu para a exclusão e a reformulação de algumas questões, de modo a facilitar a coleta e a leitura dos dados. O formato final do questionário de indivíduos possui 45 questões, sendo 32 questões obrigatórias e 13 opcionais, divididas em 30 fechadas e 15 questões abertas. Já o de organizações possui 37 questões, sendo 23 obrigatórias e 14 opcionais, divididas em 27 fechadas e 10 questões abertas. No total, a pesquisa ficou disponível entre os dias 27 de março e 23 de julho e recebeu 2.608 contribuições, sendo 1.639 respostas de indivíduos e 969 de organizações.

A etapa seguinte foi dedicada ao processo de validação da base de dados. As respostas com campos completamente vazios e/ou sem informações centrais (estado e setor de atuação) foram excluídas. No final, foram consideradas válidas 1.910 respostas, sendo 1293 de indivíduos e 617 de organizações. É importante ressaltar que nos questionários aplicados nem todas as respostas eram obrigatórias. Portanto, há números de respondentes diferentes nas questões abordadas neste relatório. Em cada seção, é apresentado o total de respondentes do tema analisado.

Na base de dados final, foram criados novos agrupamentos para facilitar as análises:

- Classificação temporal: semanas (1 a 17), quinzenas (1 a 9) e meses (1 a 4). A temporalidade mensal leva em consideração os seguintes períodos: mês 1, 27 de março a 23 de abril; mês 2, 24 de abril a 21 de maio; mês 3, 22 de maio a 18 de junho; e mês 4, 19 de junho a 23 de julho;
- Classificação dos municípios: capital; acima de 500 mil habitantes; entre 100 mil e 500 mil habitantes; abaixo de 100 mil habitantes;
- Tipo de organização: poder público, organização privada sem fins lucrativos e organização privada com fins lucrativos;
- Agrupamento dos estados por região;
- Classificação dos setores nos domínios culturais da UNESCO (ANEXO).

Parte dos resultados da pesquisa foram previamente divulgados nos Boletins Resultados Preliminares. Neste relatório final, os dados foram analisados observando a totalidade de respondentes para ambos os questionários e o período integral de aplicação da pesquisa. Também são apresentadas algumas análises a partir de cruzamentos por recorte geográfico e setorial. Em relação ao recorte geográfico, Bahia, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul foram selecionados uma vez que representam 67,6% dos respondentes para indivíduos e 64% para organizações. Já em relação aos setores de atuação, foram selecionados Cinema e Audiovisual, Dança, Música, Produção Cultural e Teatro, por figurarem como os setores com maior número de respondentes.

É preciso também ressaltar alguns desafios da pesquisa. Um dos primeiros identificados foi a dificuldade de se mensurar impacto em termos absolutos. A economia criativa é um conceito guarda-chuva que abriga setores heterogêneos e com modelos de negócios díspares, com organizações e profissionais com receitas e perdas em escalas muito diversas. Ademais, é preciso ressaltar a histórica carência de dados macro e microeconômicos que sirvam como referência para as análises. Falta consenso quanto aos conceitos e metodologias adotados em estudos oficiais e acadêmicos. Há ainda a dificuldade de alguns profissionais e organizações da economia criativa em sistematizar e reportar informações sobre a própria atuação, incluindo dados precisos de receitas e perdas. Faltam registros administrativos, planejamento e previsões e, em alguns casos, também existe receio de revelar estas informações. Por fim, somam-se as dificuldades de acesso à internet e a falta de tempo de quem tem como prioridade a garantia do sustento familiar.

Apesar dessas limitações, considera-se que a pesquisa atingiu os objetivos iniciais, tendo coletado dados de quase todos os estados brasileiros, com exceção de Rondônia, bem como dos setores que compõem a economia criativa. A iniciativa tem contribuído para o fortalecimento das pesquisas no campo da cultura e para o enriquecimento do debate público sobre políticas culturais. A construção de políticas públicas baseadas em dados e evidências ainda é uma prática incipiente no campo da cultura. As universidades e os centros de pesquisa podem ter um papel ativo no levantamento desses dados, na análise de informações quantitativas e qualitativas e na geração de conhecimentos sobre a economia criativa.

Principais resultados da pesquisa

Vulnerabilidade e associativismo no setor cultural

- A maioria dos profissionais da cultura não possuía vínculo empregatício formal; recebia até 3 Salários Mínimos (SM) e apresentava uma carga horária de trabalho alta (31,5% trabalham mais de 45h semanais).
- Até o mês de março, 80,7% dos respondentes não possuíam vínculo empregatício formal.
- 71,2% dos indivíduos e 77,8% das organizações só tinham reservas financeiras para garantir sua subsistência por um período máximo de três meses.
- Apenas 36,8% das organizações e 40,1% dos indivíduos participavam de associações, sindicatos ou outros organismos representativos na área cultural.

Amplitude dos impactos da crise nas atividades culturais

- 79,3% dos respondentes cancelaram entre 50% e 100% de suas atividades em abril. Em maio, esse percentual foi de 77,4%.
- Em média, 83,7% das organizações e indivíduos alegam terem sido muito impactados pela suspensão de atividades e indicam maior dificuldade de captação de recursos junto a entidades privadas e públicas.
- 65,8% das organizações tiveram que fazer algum tipo de redução de contratos e um pouco mais da metade (50,2%) teve que demitir colaboradores.
- 88,7% dos indivíduos e 86,8,% das organizações avaliaram que as atividades ficarão restritas até o fim de 2020 ou além.
- 87,4% das organizações acreditavam que suas receitas estarão comprometidas até o final de 2020. Metade deste grupo acredita que a diminuição segue em 2021.
- A crise agrava um cenário de imprevisibilidade no setor: 51% dos indivíduos não tinham como estimar a quantidade de cancelamentos para o 2º semestre de 2020 e 65% das organizações não tinham como fazer esta estimativa para 2021.

Estratégias adotadas pelo setor frente à crise

- Apesar dos cancelamentos de atividades, o setor criativo não ficou paralisado: tanto indivíduos (45,1%) quanto organizações (42%) estavam desenvolvendo novos projetos e produtos durante o período de distanciamento social.
- 12% dos indivíduos e 18,8% das organizações investiram na criação de fontes de receita até então nunca adotadas por eles, a exemplo da antecipação de venda de ingressos e de campanhas de doação e/ou financiamento coletivo.

Principais necessidades e medidas sugeridas para a recuperação do setor

- O auxílio emergencial é a medida mais citada pelos indivíduos. Organizações solicitam desoneração tributária, o perdão de dívidas e apoio na manutenção, incluindo suspensão de contas de custeio e apoio para pagamento de funcionários.
- O setor não precisa apenas de recurso financeiro: há grande demanda por capacitação, serviços e infraestrutura que possibilitem a adaptação das atividades ao ambiente digital.

- 55% indicam como necessidade principal a adoção de estratégias digitais de relacionamento com público, venda de produtos e prestação de serviços, seguida de acesso a serviços e equipamentos para trabalho remoto.
- A necessidade de treinamento e capacitação foi mencionada por aproximadamente ¼ dos respondentes. Acesso a linhas de crédito, por sua vez, foi apontado por 32,8% das organizações e por 26,5% dos indivíduos.

Relações prévias com mecanismos de financiamento à cultura

- O apoio direto é mais utilizado que o incentivo fiscal e ambos mais utilizados que crédito.
- Os apoios diretos em âmbitos municipal e estadual são mais solicitados e acessados que o âmbito federal.
- Há um percentual significativo de agentes (18,1% das organizações e 27,5% dos indivíduos) que realizam suas atividades culturais sem qualquer subsídio de mecanismos de financiamento.
- 62% das organizações e 75,9% dos indivíduos nunca se beneficiaram de incentivo fiscal em quaisquer dos níveis federativos. Esses dados mostram que o espaço dado ao mecanismo de incentivo fiscal no debate público reflete a dinâmica de financiamento de uma pequena parcela dos agentes culturais.
- Organizações dos setores de audiovisual (72%) e teatro (87,5%) acessam com mais frequência apoios diretos.
- Apenas 12,8% das organizações atuantes na dança relataram ter projetos financiados por incentivo fiscal, enquanto música e teatro apresentam percentuais de 43,4% e 57,1% entre organizações.
- Organizações e indivíduos associados têm, em média, 11,8 pontos percentuais mais chances de ter obtido apoio direto que os não associados.

Foto: Léo Costa - Filmagem do filme "Café com Canela"

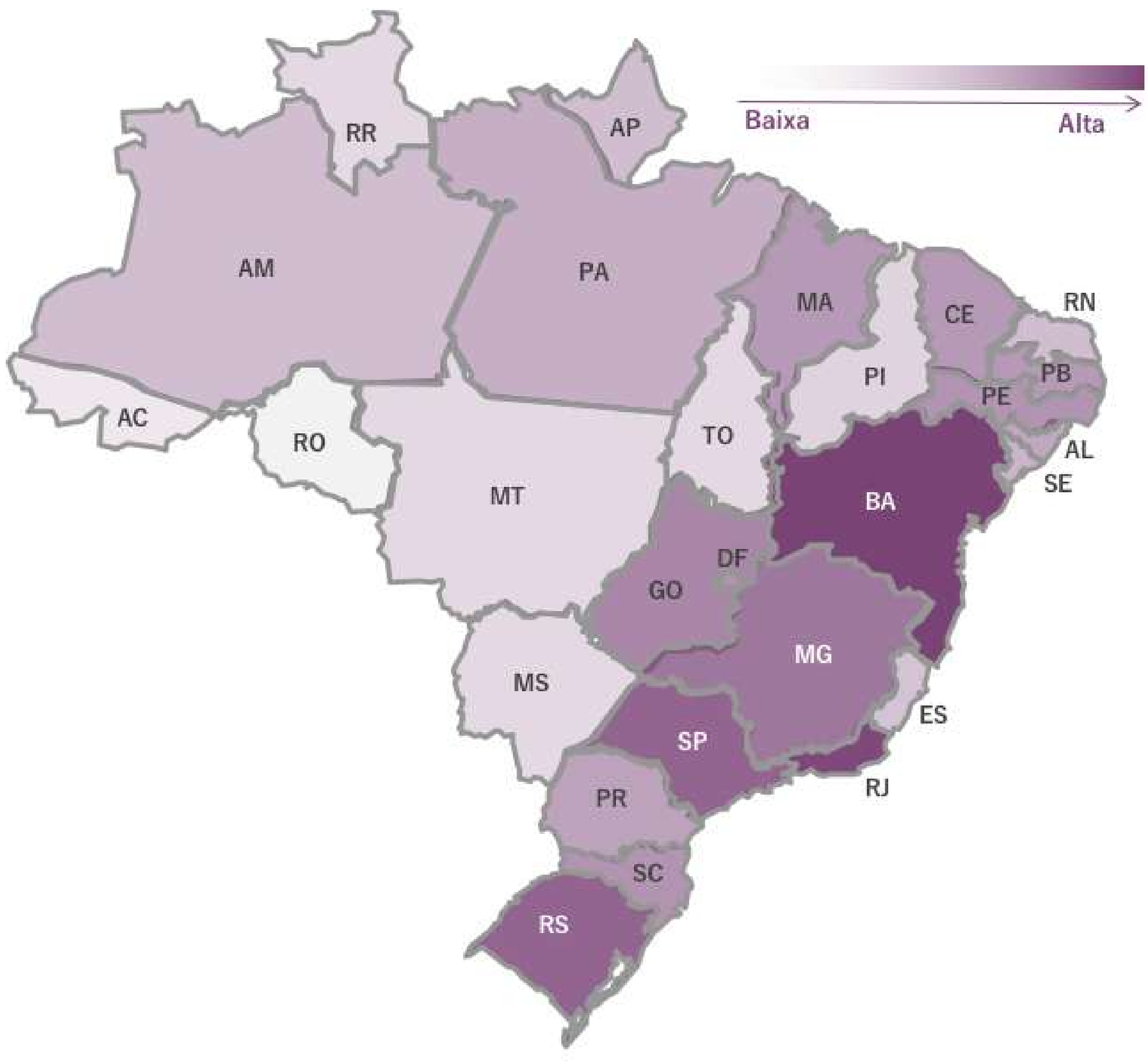
Imagem de pxhere.com (CC0 Public Domain)

Identificação dos respondentes

Localização

A pesquisa validou as respostas de 1.293 indivíduos e 617 organizações de quase todo os estados brasileiros, com exceção de Rondônia. A maior participação de respondentes da Bahia (30,9%) pode ser justificada pelo motivo de ser o local de origem da pesquisa. Rio de Janeiro (24,8%) e Rio Grande do Sul (10,7%) tiveram a pesquisa impulsionada pelas parcerias estabelecidas, o que garantiu maior participação de indivíduos atuantes nos setores culturais e criativos dos dois estados.

Figura 1 - Participação por estado



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Principais setores de atuação

Com o objetivo de identificar em quais setores criativos e da cultura os respondentes atuam de forma prioritária, a pesquisa listou 41 opções, das quais 40 foram indicadas por 1.286 indivíduos e 615 organizações. Música foi o setor com maior representação na pesquisa, assinalado por 15,7% dos indivíduos e 13,3% das organizações. O único setor que não obteve representação foi culturas indígenas.

Após música, entre os **indivíduos**, os quatro setores mais representados são: produção cultural (11,7%); cinema e audiovisual (10,9%); dança (10,2%); e teatro (9,4%). Entre as **organizações**, são: teatro (11,1%), produção cultural (9,6%); dança (8,8%); e gestão cultural (7,4%).

Agrupando os setores a partir da classificação de domínios culturais proposta pela UNESCO (2009), dois dentre esses domínios foram os mais representados na pesquisa, por ambos os tipos de respondentes: Apresentações Artísticas e Celebrações, por 40% dos indivíduos e 38% das organizações e Equipamentos e Materiais de Apoio, por 16% dos indivíduos e 17% das organizações.

Tabela 1 - Principal setor de atuação

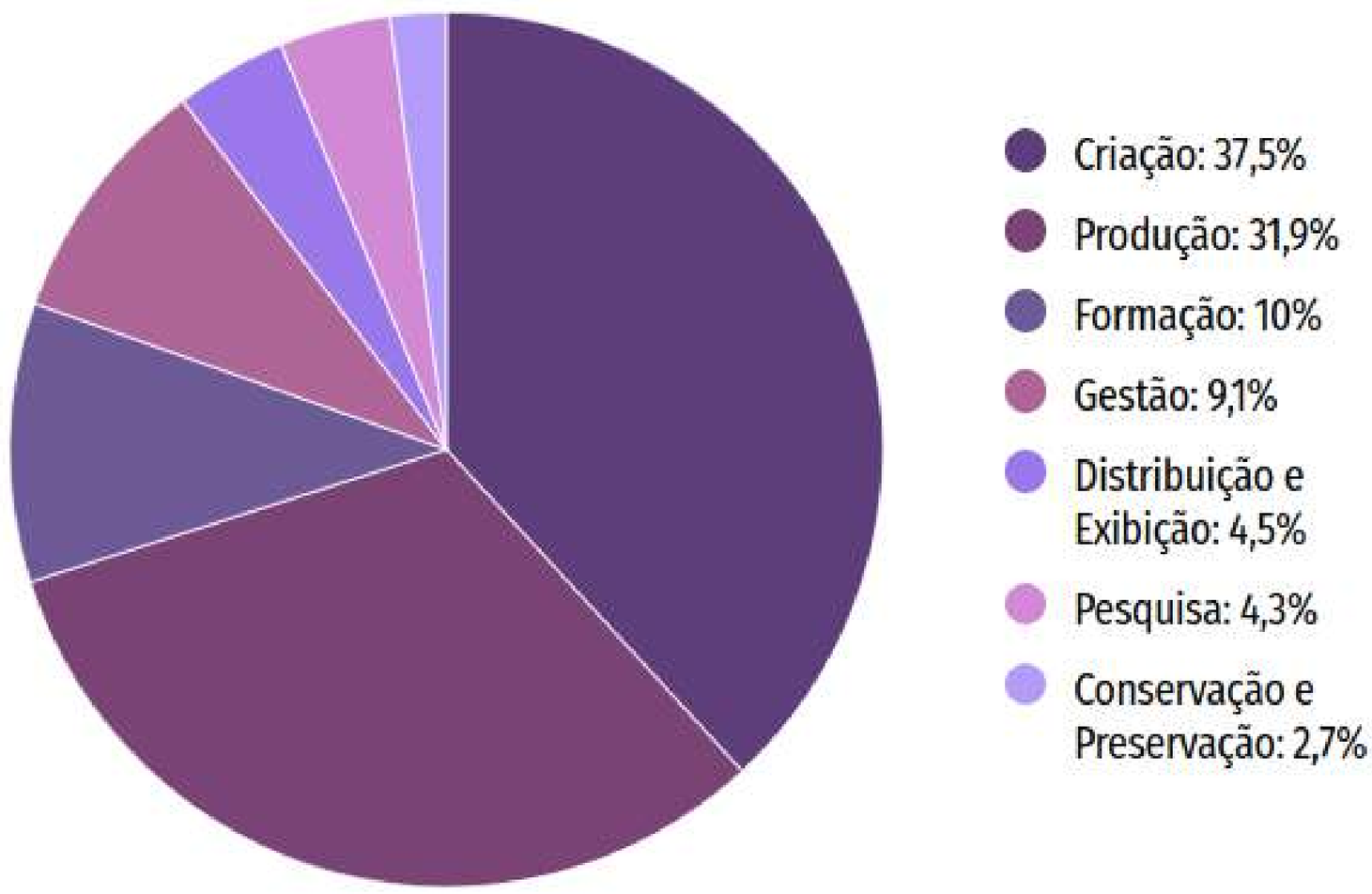
PRINCIPAIS SETORES	INDIVÍDUOS %	PRINCIPAIS SETORES	ORGANIZAÇÕES %
Música	15,7	Música	13,3
Produção Cultural	11,7	Teatro	11,1
Cinema e Audiovisual	10,9	Produção Cultural	9,6
Dança	10,2	Dança	8,8
Teatro	9,4	Gestão Cultural	7,5
Artes Visuais	6,2	Cinema e Audiovisual	6,3
Gestão Cultural	4,4	Cultura Popular	6,3
Livro, Leitura e Literatura	4,2	Artes Visuais	4,9
Artesanato	3,2	Livro, Leitura e Literatura	4,4
Fotografia	2,5	Artesanato	2,9
Circo	2,1	Museu	2,8
Capoeira	1,8	Capoeira	2,1
Museu	1,8	Culturas e Juventude	1,9
Design	1,76	Circo	1,8
Pesquisa	1,7	Festas e Celebrações	1,8

Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Etapas da cadeia produtiva

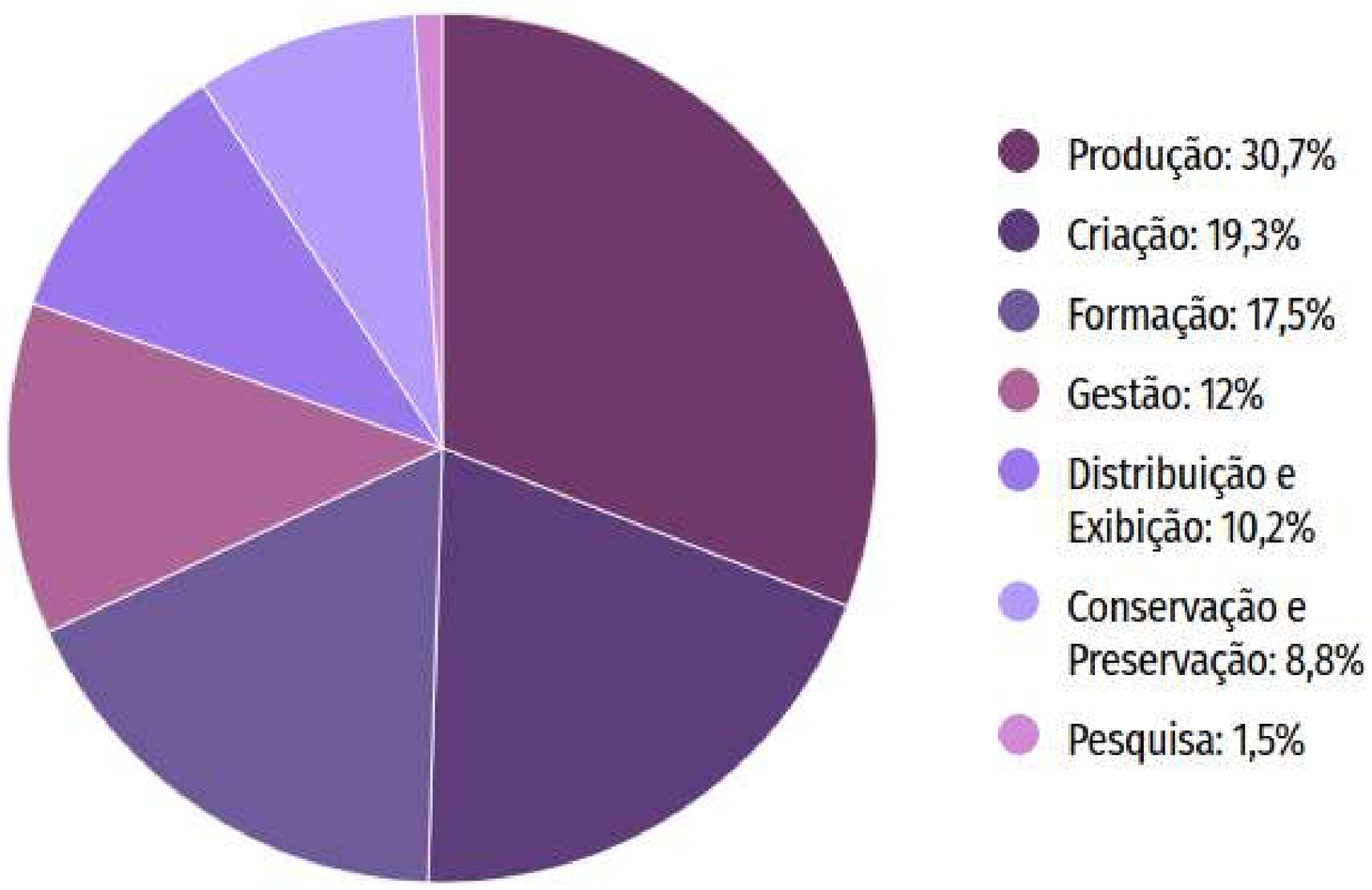
Sobre as etapas da cadeia produtiva melhor identificadas com a atuação profissional dos respondentes, criação, produção e formação foram as três com maior representatividade na pesquisa, concentrando, tanto entre indivíduos quanto entre organizações, mais da metade das respostas: 79,4% e 67,5% respectivamente. Informaram em qual etapa atuam 1.287 indivíduos e 616 organizações.

Figura 2 - Etapa da cadeia produtiva que melhor identifica a principal atividade profissional (Indivíduos)



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Figura 3 - Etapa da cadeia produtiva que melhor identifica a principal atividade profissional (Organizações)



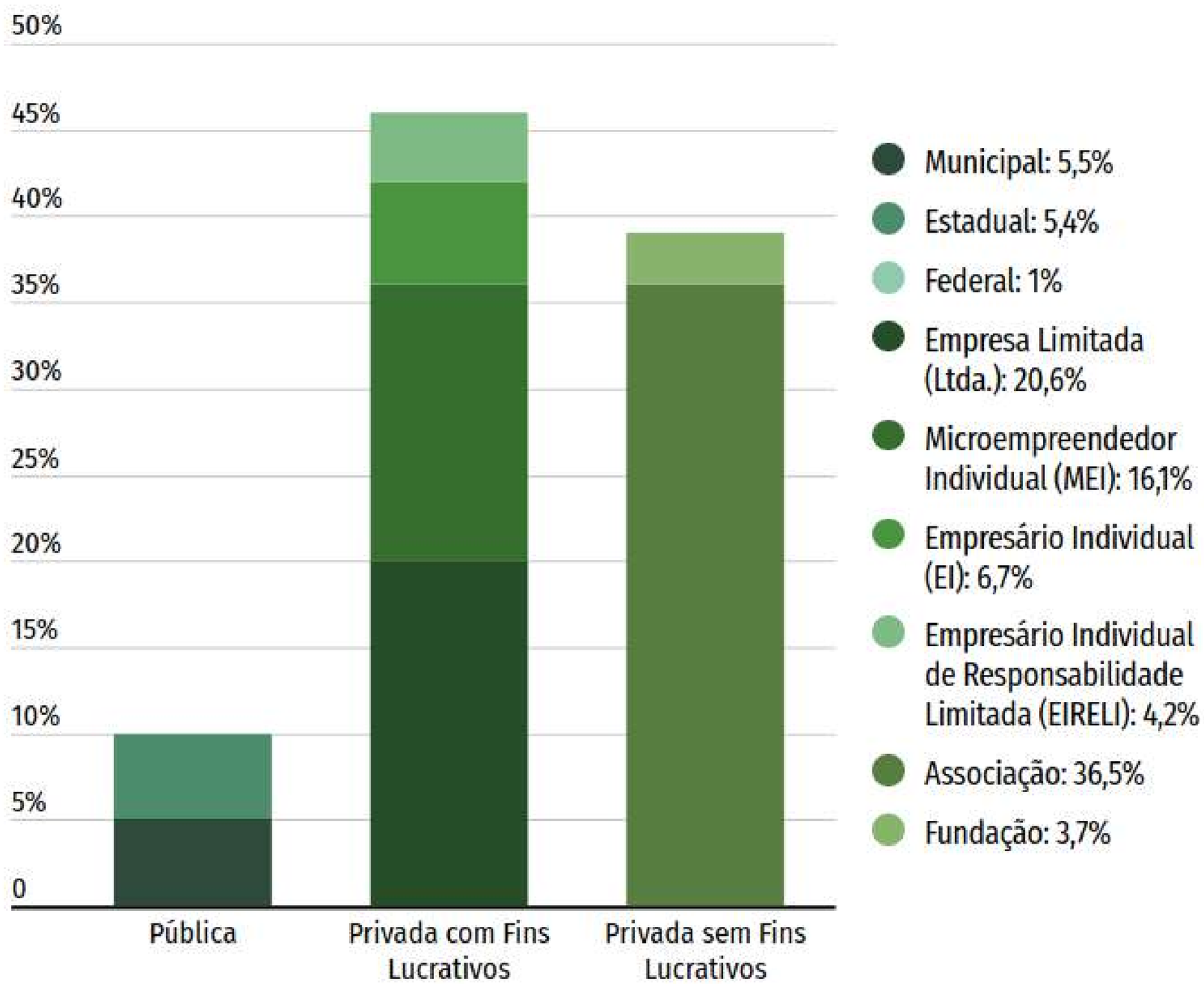
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Perfil dos Respondentes

Organizações

Procurou-se identificar características das organizações que responderam a pesquisa, tais como natureza - se pública ou privada, e finalidade - com ou sem fins lucrativos. Entre as organizações privadas, as Associações (36,5%) e Empresas Limitadas (Ltda.) (20,6%) representam maioria entre as respondentes. Cabe destacar a participação de Microempreendedores Individuais (MEI) que correspondeu a 16%.

Figura 4 - Tipo de Organização



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

As organizações também apresentaram dados acerca da quantidade de colaboradores fixos que fazem parte da equipe. A partir dessa informação, as organizações foram categorizadas por porte levando em conta a classificação do SEBRAE para o setor de serviços. Das 580 organizações que responderam essa questão, 61,4% das respostas são organizações identificadas como porte de Microempresas (até 9 colaboradores).

Analisando esses dados, percebe-se que 90,9% das respostas são compostas por organizações que se enquadram nas categorias "Microempresas" e "Empresas de Pequeno Porte". A grande maioria das classificadas como porte de microempresas, que constituem a grande massa de organizações respondentes da pesquisa, se auto-declarou como organizações privadas (95,2%). Destas, 63,3% teriam fins lucrativos. Importante destacar também as especificidades acerca das organizações que informaram ter quantidade de colaboradores que a classificaram como de "grande porte". Parte considerável das organizações que se enquadraram nessa categoria se identificaram também como públicas (57,1%). Entre os 42,9% daquelas que se identificaram como empresas privadas de grande porte, 91,7% indicaram não possuir fins lucrativos.

Indivíduos

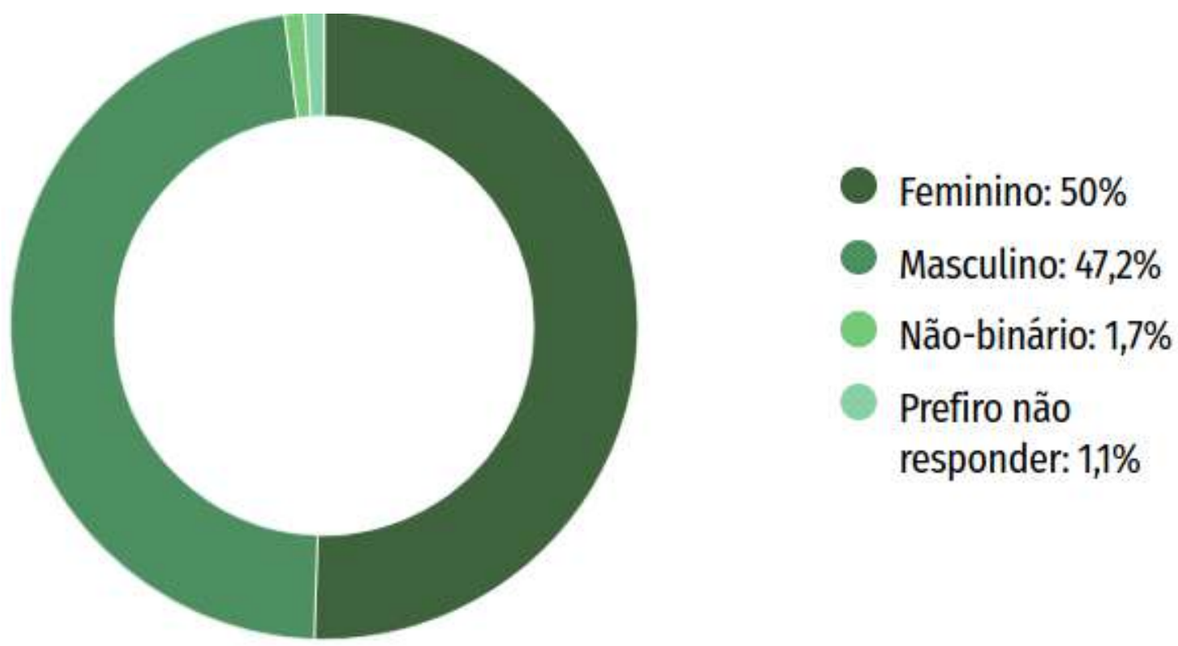
Dos 1.293 indivíduos respondentes, 917 informaram faixa etária, gênero, cor/raça, orientação sexual e estado civil que permitem identificá-los. Estes critérios foram fundamentais para caracterizar o perfil dos ocupados do setor cultural que responderam a pesquisa.

Importante ressaltar que os dados apresentados aqui representam um recorte específico de trabalhadores e trabalhadoras dos setores culturais e criativos. A pesquisa, realizada inteiramente em ambiente online durante o período de distanciamento social vivenciado no Brasil desde março, possui limitações no que tange ao alcance dos indivíduos em sua diversidade.

Figura 5 - Faixa Etária

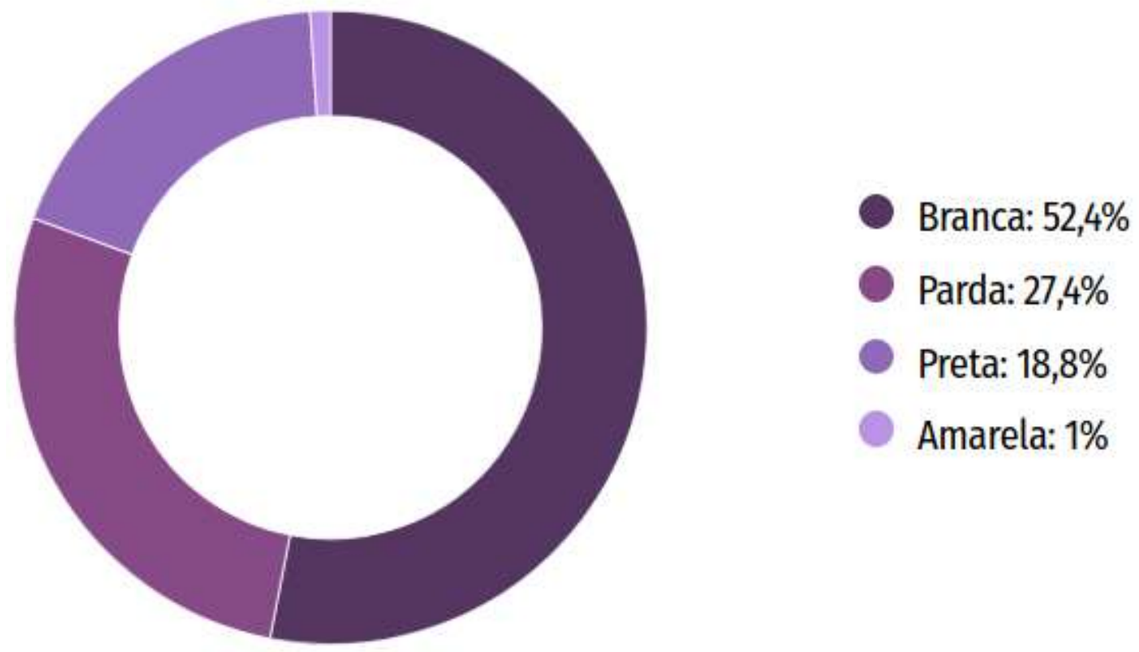
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Figura 6 - Gênero



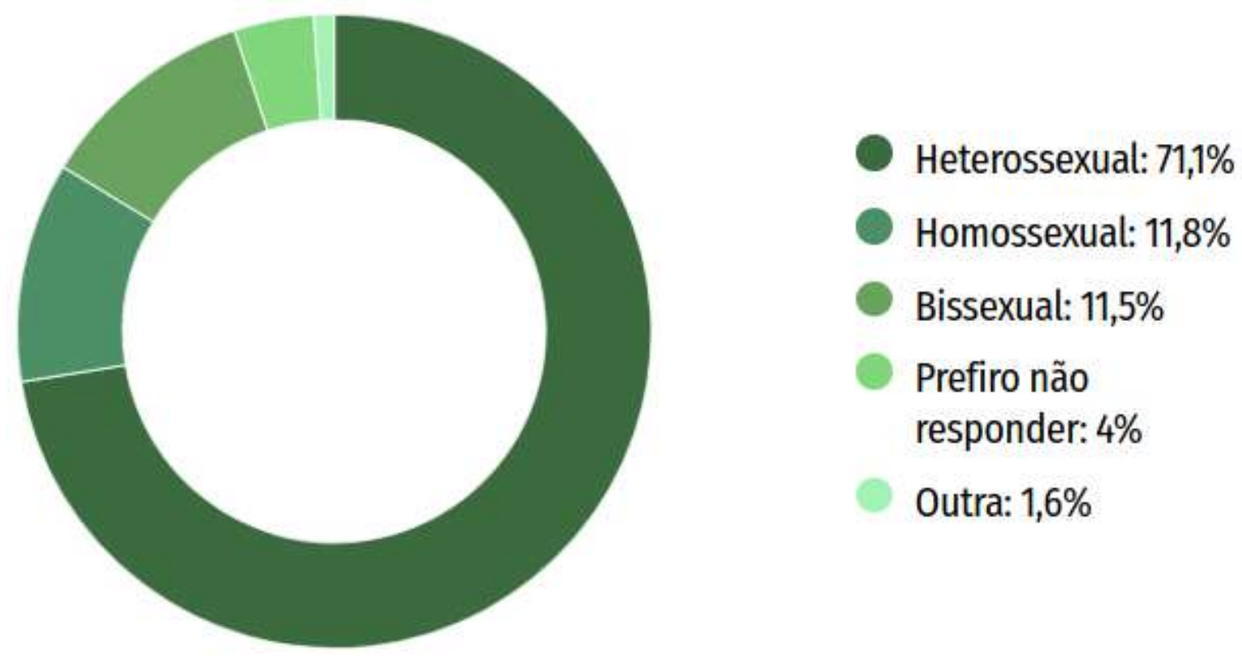
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Figura 7 - Cor/Raça



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Figura 8 - Orientação sexual



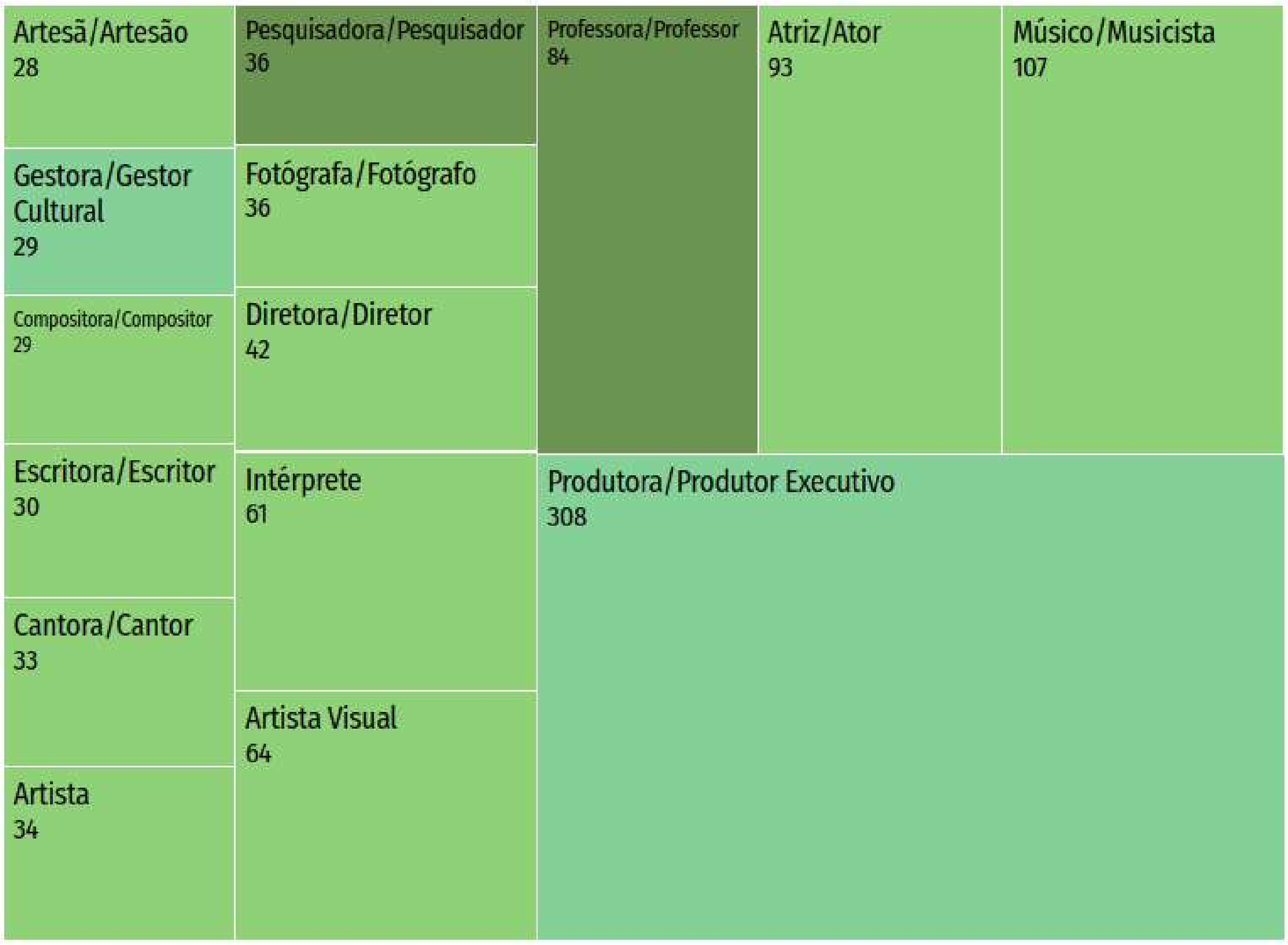
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

No que tange ao estado civil dos respondentes, 49,6% se declaram solteiros; 20,2%, casados; e 19,6% indicaram estar em uma união estável. Divorciados representam 9,4% do total e viúvos, apenas 1,2%.

Cabe destacar também dados sobre escolaridade informados por 727 respondentes. A maioria possui nível superior completo (68,9%), seguida por aqueles que possuem superior incompleto (20,2%). Indivíduos com ensino médio completo representam 9,5%, enquanto fundamental e médio incompleto, totalizam cada um, 0,7% dos respondentes.

Ao serem questionados sobre qual função ou profissão exercem no setor principal, 1.276 indivíduos indicaram cerca de 1.800 termos que resultaram em 276 profissões/funções distintas. A figura 9 explicita as 15 mais citadas pelos respondentes.

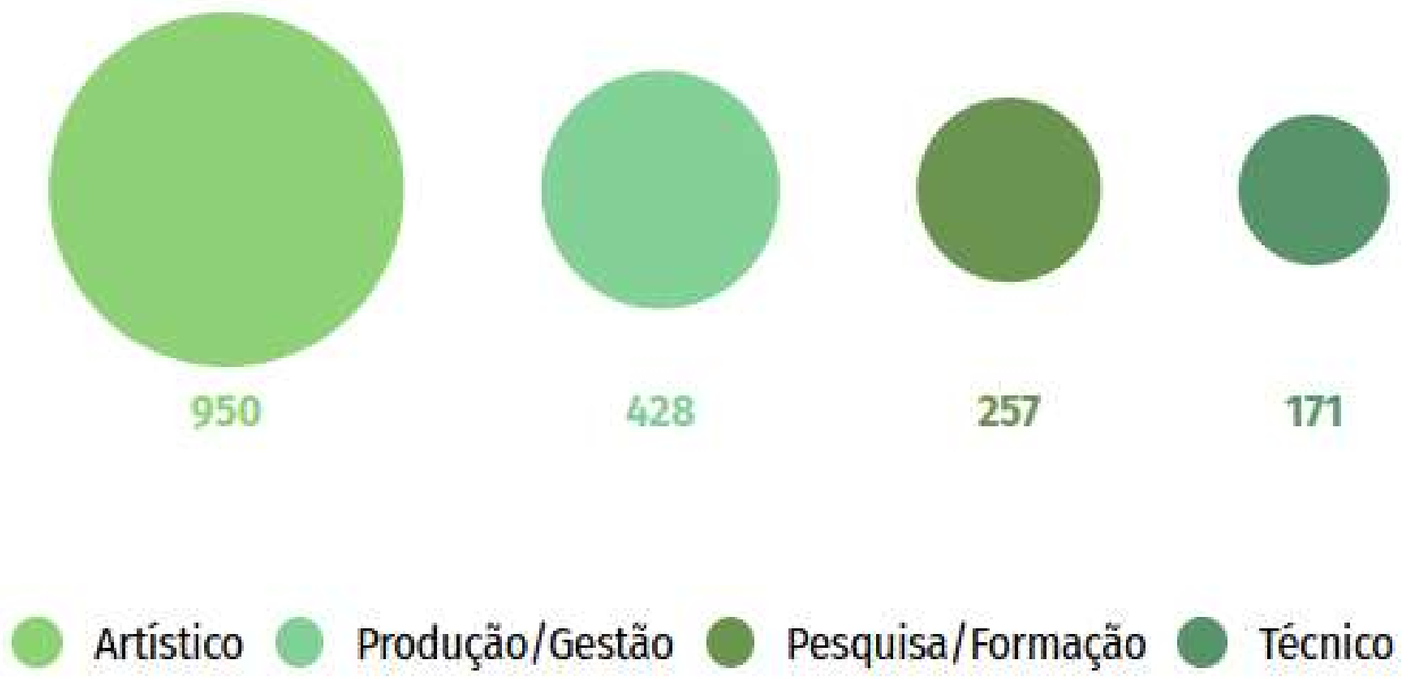
Figura 9 - Profissão ou função no principal setor de atuação



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Agrupadas em categorias mais amplas, as profissões citadas podem ser representadas conforme a figura 10. As categorias delimitadas foram: artística, com 950 menções (53%); produção e gestão, com 428 (24%); pesquisa e formação, com 257 (14%); e técnica, com 171 (9%).

Figura 10 - Categorias



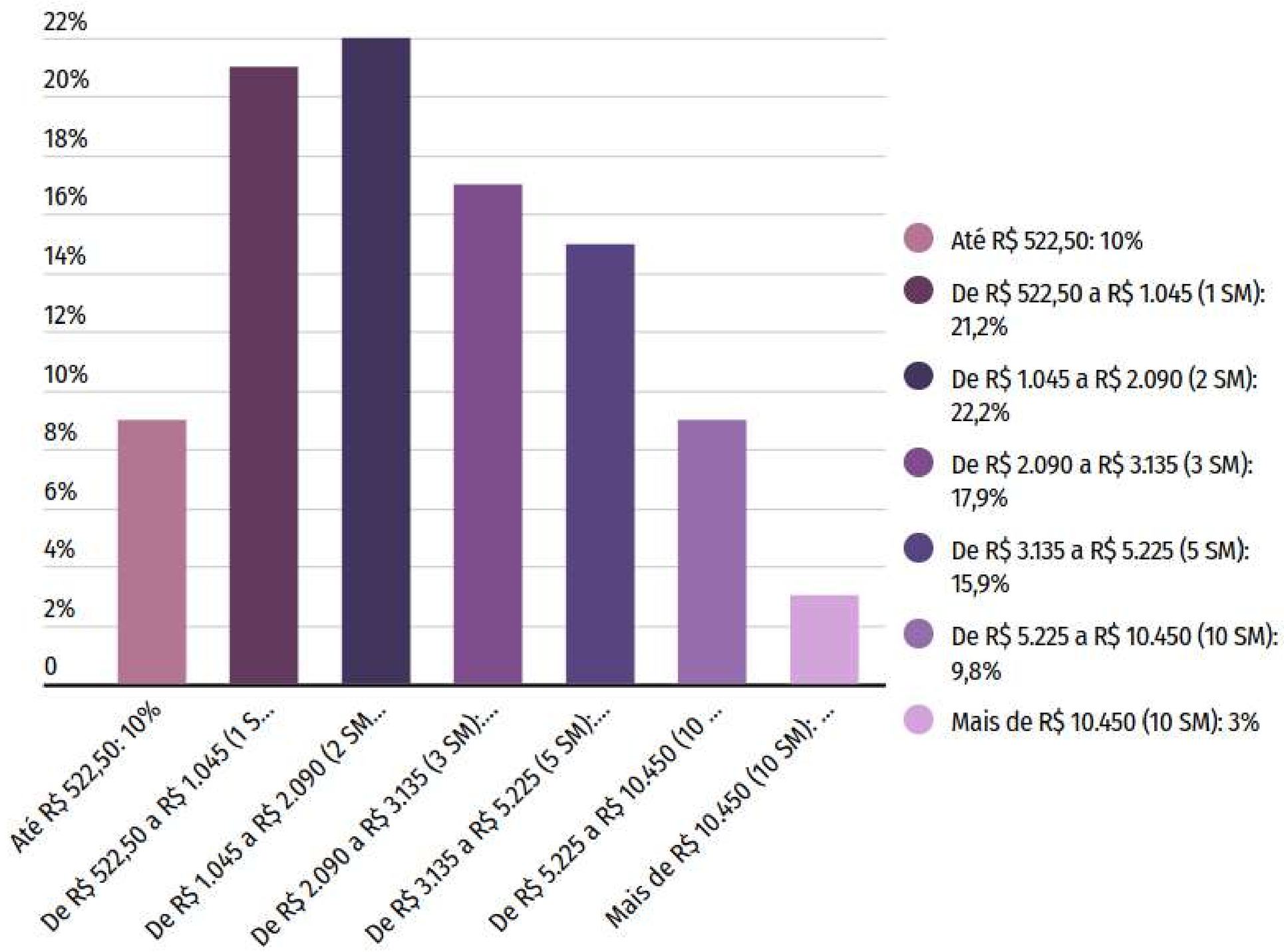
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Características da ocupação dos profissionais da cultura

Esta seção contou com 1.293 respostas. Do total, 71,3% afirmaram possuir renda individual de até três salários mínimos por mês. Sobre a natureza da ocupação, 70,5% relataram trabalhar por conta própria, como autônomo ou freelancer, de maneira individual ou contratando outros profissionais. Os servidores públicos representam 10,8%, enquanto que empregados com carteira assinada são 8,4%, empregados sem carteira assinada 7,3%, e os que trabalham sem remuneração ou de forma voluntária correspondem a 3%.

Portanto, **até o mês de março, momento em que a pandemia chega ao Brasil, 80,7% dos respondentes não possuíam vínculo empregatício formal.** De acordo com o IBGE (2019), 44% dos ocupados da cultura trabalham por conta própria, o que indica maior participação deste perfil de profissionais na pesquisa. Observando os dados, é possível afirmar que a maioria dos respondentes é potencialmente elegível para receber auxílio emergencial, tanto o previsto na Lei Aldir Blanc, quanto o federal. Dentre os beneficiários de ambos os auxílios, se enquadram os trabalhadores informais; os que tenham contrato intermitente inativo; e autônomos (conta própria).

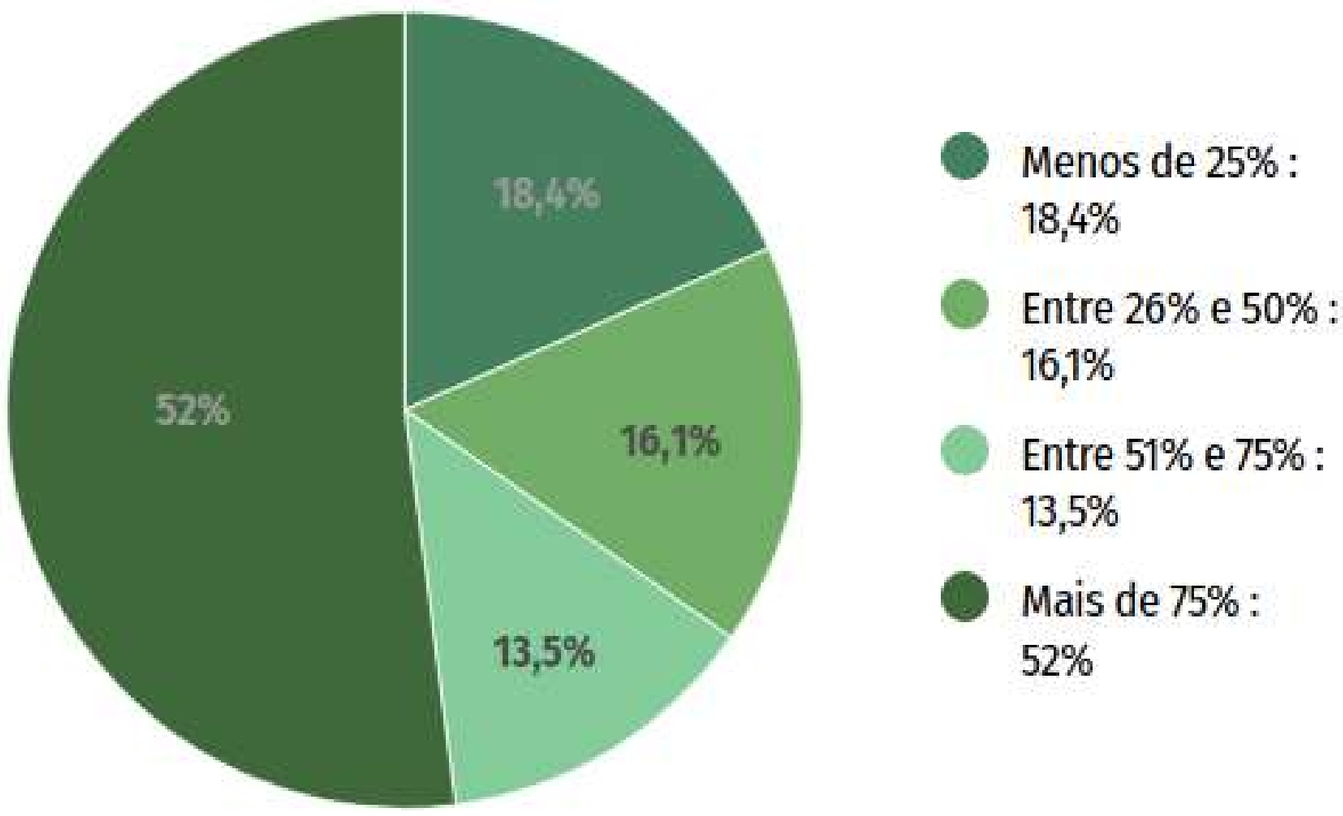
Figura 11 - Rendimento médio mensal total individual dos respondentes



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Para 34,5% dos indivíduos, a atividade cultural representa menos ou até a metade de sua remuneração, enquanto o restante provém de outras fontes. Para 52% a cultura é responsável por 75% ou mais da sua renda, como ilustra a figura 13.

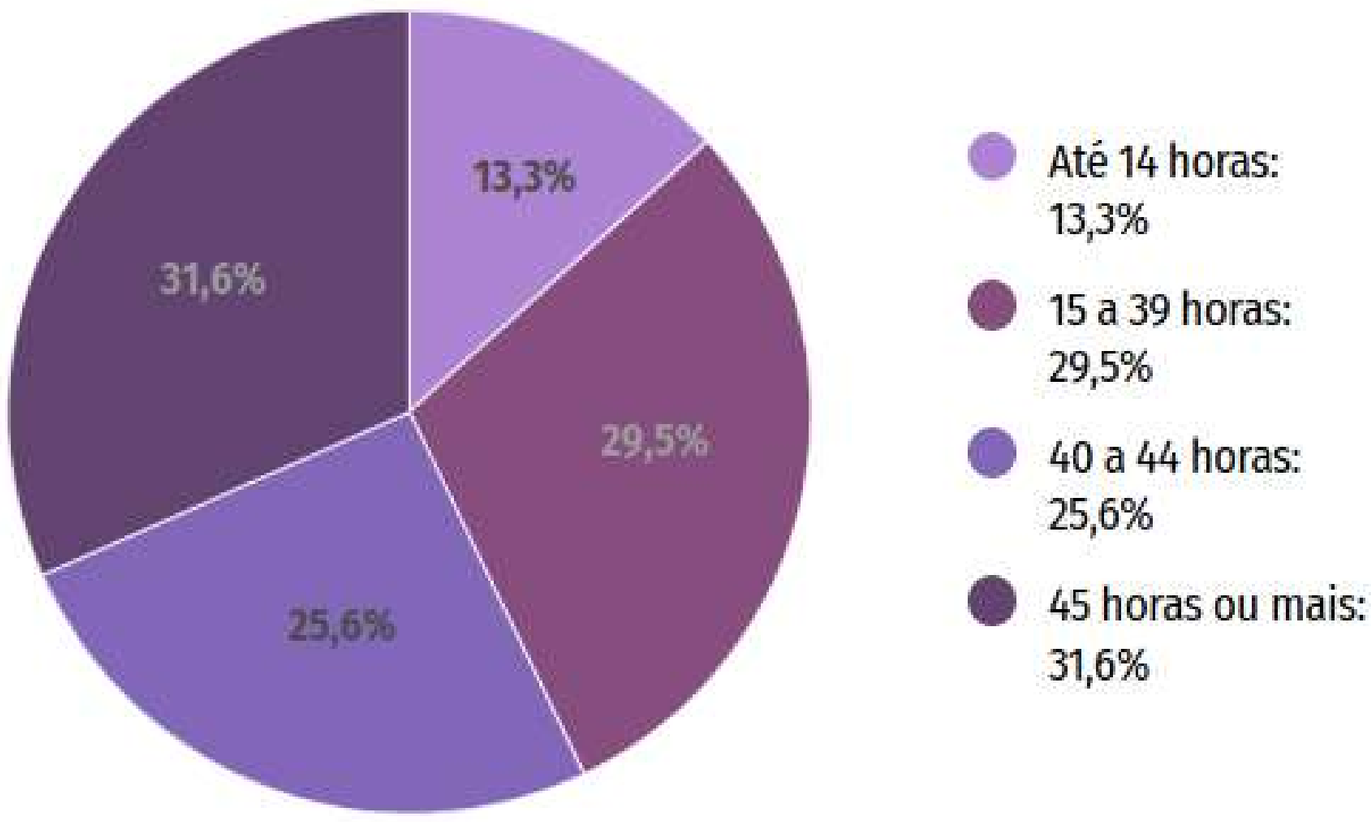
Figura 12 - Representação da atividade no campo da cultura na remuneração total



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Em relação ao tempo dedicado à atuação no campo da cultura, 57,2% dos respondentes dedicam 40 horas ou mais por semana à atuação cultural de forma profissional, enquanto 13,3% dedicam até 14 horas. É possível afirmar que os rendimentos dos respondentes são provenientes, em sua maioria, do trabalho cultural. Por outro lado, muitos trabalhadores do setor buscam em outras atividades uma complementação da renda, o que torna evidente o risco de afastamento permanente destes profissionais de suas atividades na área cultural caso os efeitos da crise sanitária sejam de larga duração.

Figura 13 - Quantidade de horas semanais dedicadas à atuação no campo da cultura



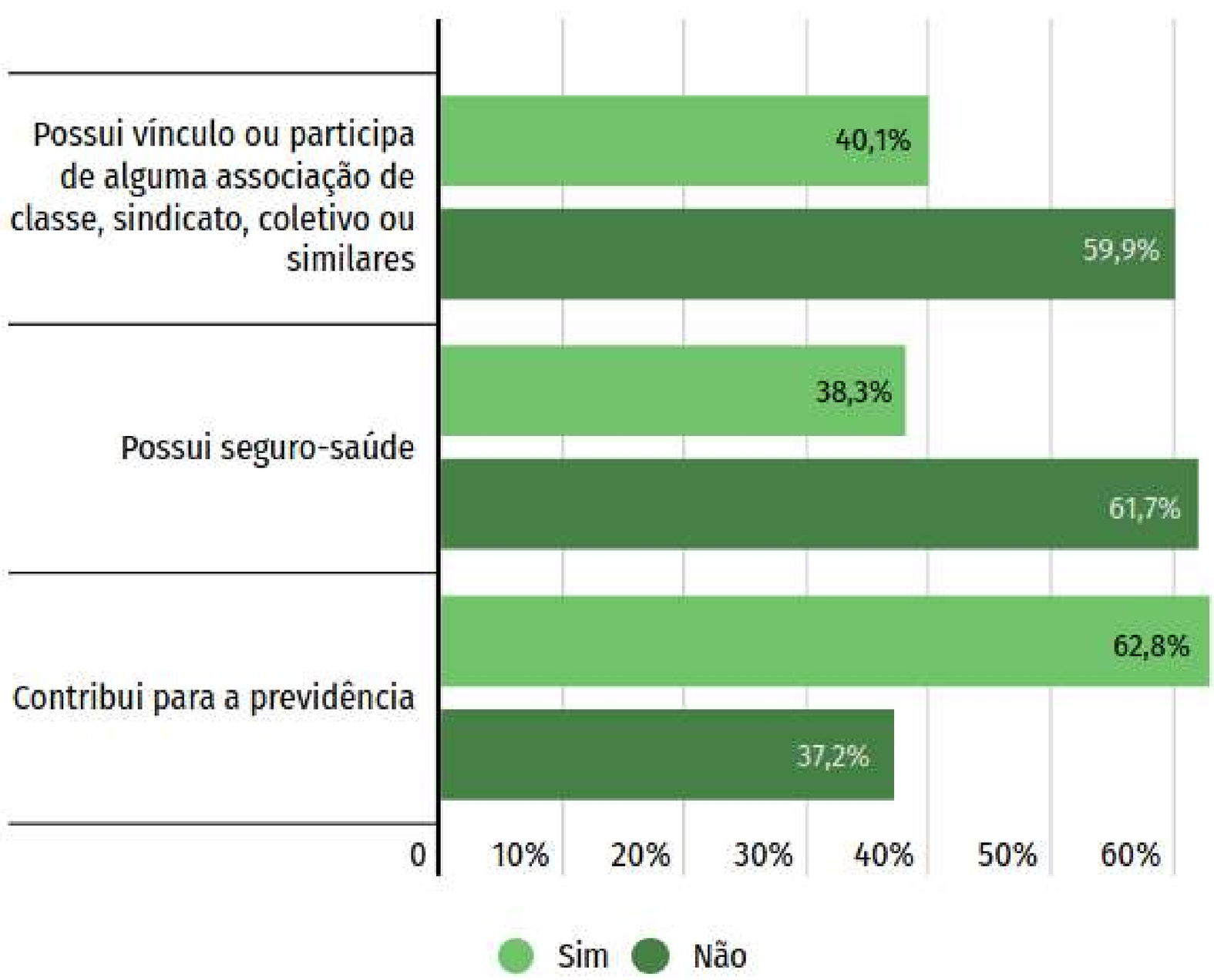
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Diante da diminuição do ritmo de atividades do setor desde março, esses dados merecem destaque ainda maior: mais da metade dos respondentes estavam com suas atividades profissionais prejudicadas, enfrentando dificuldades para conseguir trabalho e, consequentemente, sem garantia de renda. Quando questionados sobre o tempo que poderiam se manter no caso de suspensão total de suas atuais fontes de receita provenientes da cultura, 71,1% dos 804 indivíduos que responderam a esta questão indicaram só possuir recursos para se manter por até três meses. Apenas 7,6% indicaram ter capacidade de se manter financeiramente por mais de 12 meses.

Proteção social e associativismo na cultura

Nessa seção, procurou-se identificar, frente à crise provocada pela COVID-19, qual o grau de proteção social dos profissionais da cultura. Dentre os 1.291 **indivíduos** que responderam essas questões, 38,3% indicaram possuir seguro saúde. Esse grau de cobertura está bem acima da média da população brasileira, haja vista que, de acordo com a Agência Nacional de Saúde Suplementar, 24% dos brasileiros possuem plano de saúde privado. Adicionalmente, 62,8% dos respondentes contribuem para a previdência. Sob esta perspectiva, o profissional de cultura se aproxima da média nacional. Segundo os dados do IBGE, em 2019, a proporção dos ocupados contribuindo para a Previdência Social ficou, em média, 62,8%.

Figura 14 - Grau de proteção social dos indivíduos respondentes



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Apenas 36,8% das organizações e 40,1% dos indivíduos respondentes apresentam adesão a associações, sindicatos ou outros organismos políticos de representação e coletividade na área. Isso indica uma possível fragilidade do setor perante a esforços coletivos de organização política. Foram citados 686 organismos de classe distintos, sendo que destes, 90 foram citados ao menos duas vezes.

Figura 15 - Associações, sindicatos ou similares mais citados pelos respondentes

Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Imagem de pxhere.com (CC0 Public Domain)

Impactos

Atividades adiadas ou canceladas

Sabia-se, desde o início das medidas contra a pandemia, que as atividades culturais estavam entre as mais atingidas. No entanto, era importante conhecer a extensão do impacto real sobre as atividades. Por isso a pesquisa incluiu um grupo de questões sobre a proporção de atividades canceladas por mês e por períodos, visando compreender tanto o impacto da pandemia nas atividades já programadas quanto a capacidade de indivíduos e organizações de traçar uma previsão de impacto futuro. Obtivemos respostas de 807 indivíduos e de 341 organizações.

Na análise por mês, é evidente a escalada dos impactos da crise. Mais de dois terços dos respondentes afirmam que entre 76% e 100% de suas atividades foram canceladas no período de abril a maio. Se considerarmos o cancelamento de mais de 50% das atividades, os percentuais alcançam 78% em abril e 76% em maio.

Em relação às atividades futuras, 51% dos indivíduos e 43% das organizações informaram que não tinham como estimar a quantidade de cancelamentos para o 2º semestre de 2020 e 69% dos indivíduos e 65% das organizações não conseguiram estimar os cancelamentos em 2021. Isso indica que as estimativas de retomada não são suficientes para planejar atividades, considerando as incertezas quanto às fontes de receita disponíveis a curto prazo e a imprevisibilidade do atual contexto da crise sanitária. Um cenário que acentua as dificuldades no planejamento a médio e longo prazo, características do setor cultural.

Tabela 2 - Percentual de atividades adiadas, canceladas ou com cancelamento previsto

Percentual de atividades adiadas ou canceladas	Tipo de Respondente	Março %	Abril %	Maio %	Junho %	2º Sem. %	2021 %
Até 25%	Indivíduo	14,9	5,0	3,8	2,6	3,3	2,3
	Organização	12,3	4,7	3,8	4,7	4,7	4,1
26% a 50%	Indivíduo	14,7	7,8	6,9	7,6	6,4	3,2
	Organização	18,2	6,7	6,7	5,3	7,0	2,9
51% a 75%	Indivíduo	14,1	9,9	9,3	10,0	8,7	2,5
	Organização	16,4	12,3	10,6	10,8	9,4	2,9
76% a 100%	Indivíduo	44,6	67,8	66,5	54,8	21,6	3,3
	Organização	42,8	68,6	68,3	60,1	25,8	6,4
Não se aplica	Indivíduo	1,9	1,7	2,1	3,5	4,7	8,0
	Organização	1,2	1,2	1,5	1,2	2,6	2,9
Não tenho como estimar	Indivíduo	3,5	5,2	8,8	17,6	50,7	69,3
	Organização	2,0	3,5	6,2	13,8	43,1	65,7
Nenhuma	Indivíduo	6,3	2,6	2,5	4,0	4,6	11,3
	Organização	7,0	2,9	2,9	4,1	7,3	15,0

Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

"Quatro meses sem trabalhar, gastei tudo o que tinha, não há mais de onde tirar. Completamente endividado, desesperado sem direitos e sem benefícios. Não há solução não há esperança !"
(Diretor e ator, 25 a 39 anos, Rio de Janeiro)

O mês de março é o único no qual há uma distribuição menos concentrada, com menor percentual de atividades atingidas. Isto, certamente, porque algumas atividades já haviam sido realizadas, posto que as medidas restritivas foram tomadas na segunda metade do mês.

"A associação não tem fundo de reservas, parou atividade de produção, distribuição e vendas, fica fechada sem exercer atividades. Dívidas sanadas com fornecedores e funcionários. Impostos atrasados."
(Associação sem fins lucrativos, Artesanato, Espírito Santo)

"A nossa empresa é uma plataforma digital de gestão, análise, consultoria e divulgação cultural. Devido ao Covid-19 nossa cobertura de eventos culturais por regiões do Brasil aumentou. Porém, não há investimento ou recebimento financeiro externo"
(MEI, Gestão cultural, Rio Grande do Sul).

Tipologia das atividades mais impactadas

A pesquisa perguntou, em uma questão aberta, quais os tipos de atividades que foram impactadas pela crise da COVID-19. Foram obtidas 1.268 respostas. A figura 18 ilustra a diversidade de tipos de atividades que foram canceladas ou adiadas no contexto da pandemia. Vale ressaltar que os respondentes mencionam atividades nos diferentes elos da cadeia produtiva da cultura que não requerem aglomerações e interações com públicos e que também sofreram os efeitos da crise.

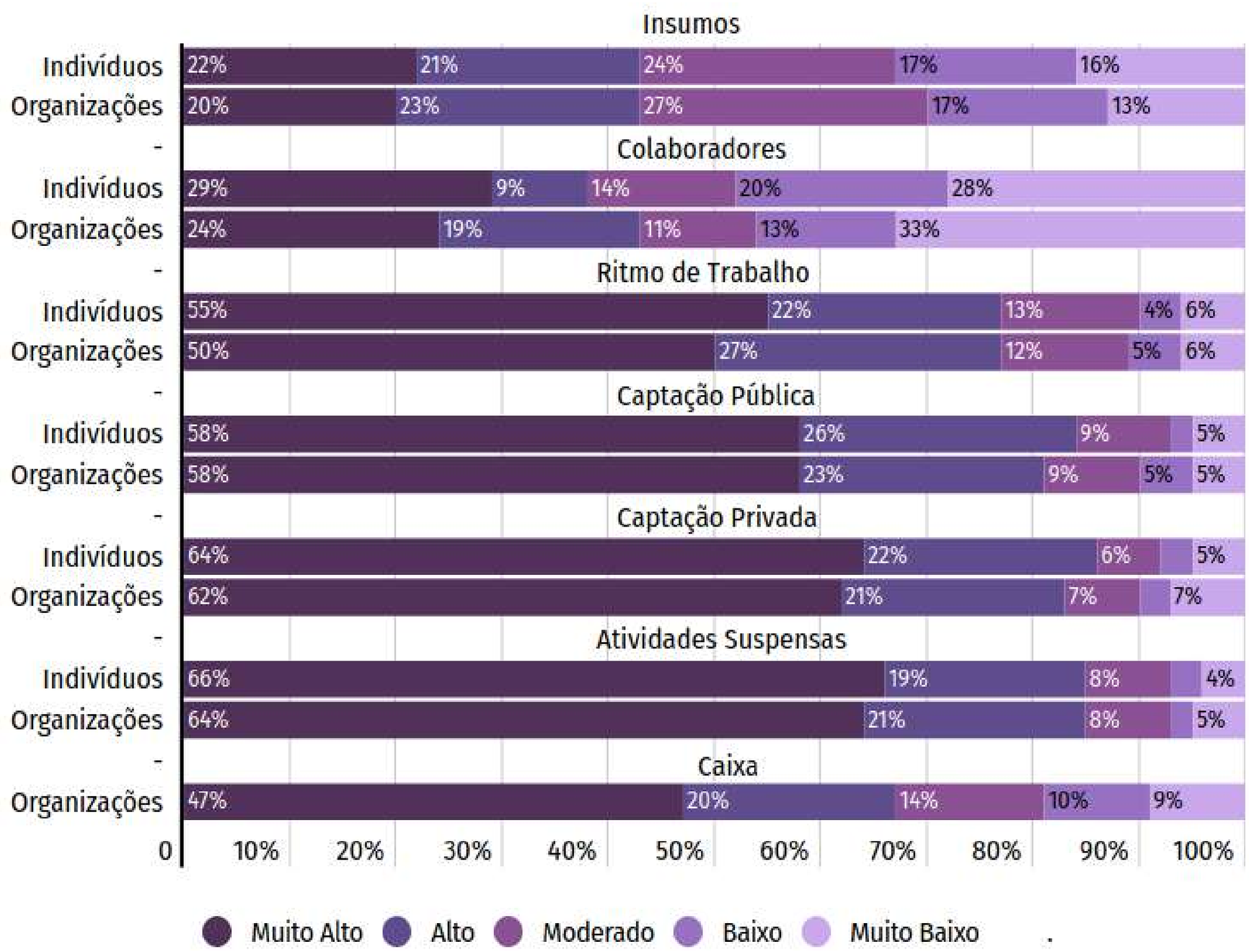
Figura 16 - Tipos de atividades eventuais ou contínuas que foram mais impactadas com a crise da COVID-19

Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Impactos na gestão

Ao serem questionados sobre quais aspectos da gestão foram mais impactados, 341 organizações e 799 indivíduos indicaram a Suspensão de Atividades pelo Governo e a Dificuldade de Captação de Recursos junto a Entidades Privadas e Públicas como os dois mais afetados. Em média, 83,7% das organizações e indivíduos indicaram como impacto "alto" ou "muito alto" para estas três categorias. O impacto no Ritmo de Trabalho também foi marcado como de grande intensidade, com média de 77% como "alto" e "muito alto".

Figura 17 - Intensidade de impacto, por aspectos da gestão



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Ao analisar as respostas ao longo dos quatro meses, verificamos que o impacto no Caixa passa de 59,1% de "alto ou muito alto" no primeiro mês da pesquisa para 72,6% no quarto mês, indicando um ponto de estrangulamento das organizações. Outro aspecto em que se verificou um aumento progressivo foi Insumos: nos dois primeiros meses a média de "alto" ou "muito alto" era de 36,7%, já nos dois últimos meses passou para 49,4% em média.

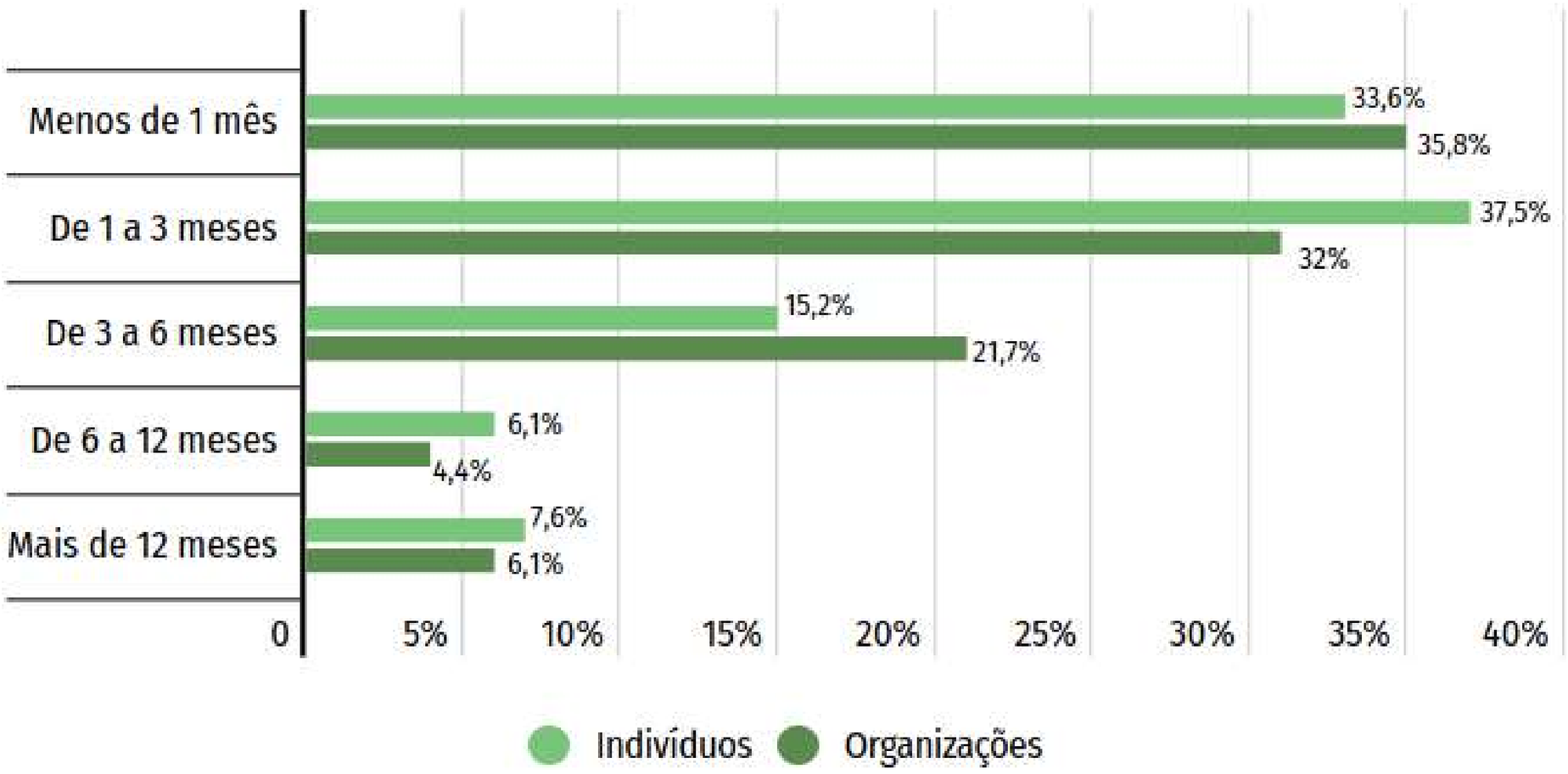
Do ponto de vista setorial, as principais variações apareceram em Ritmo de Trabalho e em Caixa. No setor da música, 89,5% das organizações declararam um impacto para Ritmo de trabalho como "Alto" ou "Muito Alto", 12,6 pontos percentuais acima da média geral.

As respostas sobre o impacto no Caixa foram as que mais tiveram variação entre setores. dança e teatro indicaram um maior impacto neste aspecto: 81,9%, 14,6 pontos percentuais acima da média geral. Por outro lado, entre as organizações do setor de cinema e audiovisual, 56% assinalaram impacto "alto" ou "muito alto" no Caixa, 11,3 pontos percentuais abaixo da média.

Capacidade de se manter em caso de suspensão total de fontes de receita

No caso da suspensão total de suas fontes de receitas, 71,1% dos indivíduos e 67,8% das organizações só têm recursos para garantir sua subsistência por um período máximo de três meses. Esses dados denotam uma situação de preocupante escassez de reservas financeiras e de precariedade das atividades profissionais no setor (ver *"Características da ocupação dos profissionais da cultura"*).

Figura 18 - Capacidade das organizações e dos indivíduos se manterem em caso de suspensão total de suas fontes de receitas



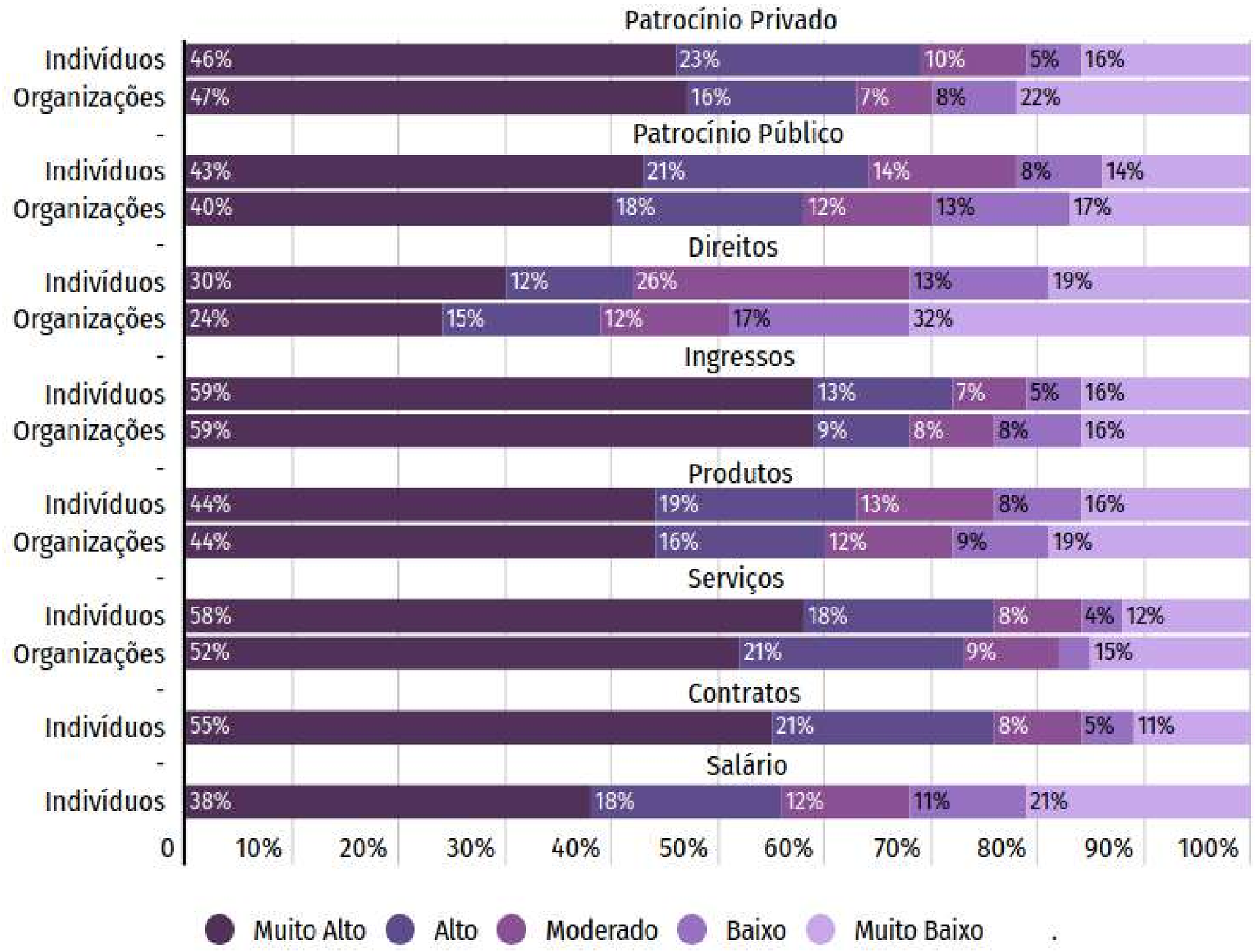
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

A Lei Aldir Blanc representa uma grande conquista para o campo cultural brasileiro neste período de pandemia, pois vai garantir o repasse de renda emergencial para trabalhadores e organizações de cultura. Todavia, é importante ressaltar que no formato como o auxílio foi definido funcionará apenas como um paliativo, já que as atividades culturais de natureza presencial serão as últimas a serem retomadas, com previsões otimistas para meados de 2021.

Impacto da COVID-19 para a composição da receita

A questão sobre impactos na composição da receita no período de 15/03 a 30/06/2020 contou com respostas de 1.008 indivíduos e 446 organizações. A pandemia provocou um impacto "alto" ou "muito alto" na redução da receita de 65% dos indivíduos e 57% das organizações. Para os indivíduos, as receitas com maior redução foram Venda de Serviços (76,3%), Contratos (75,6%) e Venda de Ingressos (72,3%). Já para as organizações, as receitas com maior redução foram: Venda de Serviços (72,6%), Venda de Ingressos (67,8%) e Patrocínio Privado (62,9%). As receitas provenientes de Recebimento de Direitos foram as menos impactadas para as organizações. Quase 50% consideraram que o impacto sofrido neste tipo de receita foi “baixo” ou “muito baixo”.

Figura 19 - Impacto da COVID-19 na redução das receitas (15/03 a 30/06/2020)



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Impactos no quadro de colaboradores

A pesquisa perguntou às organizações três informações sobre os colaboradores: quantos havia antes da pandemia, quantos foram desligados e quantos foram mantidos mas tiveram seus contratos reajustados. Foram consideradas válidas 313 respostas sobre reajuste e 307 sobre desligamento.

As respostas indicam um esforço das organizações para manter seu quadro de colaboradores. **Apesar disso, quase dois terços das respondentes (65,8%) tiveram que fazer algum tipo de redução de contratos e um pouco mais da metade (50,2%) teve que demitir colaboradores.**

Tabela 3 - Impactos no quadro de colaboradores

	REAJUSTE	DESLIGAMENTO
INDICAÇÃO DE REAJUSTE OU DESLIGAMENTO		
Até 25%	5,4%	4,9%
Entre 26% e 50%	6,1%	3,9%
Entre 51% e 75%	3,8%	2,0%
Entre 76% e 100%	13,7%	3,9%
Indicou reajuste/desligamento sem quantificar	36,7%	35,5%
SEM REAJUSTE OU DESLIGAMENTO		
Não havia colaboradores ou não houve reajuste/desligamento	34,2%	49,8%

Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria.

Foto: Rafael Martins / Labfoto - Festival Vivadanca.

Imagem de pxhere.com (CC0 Public Domain).

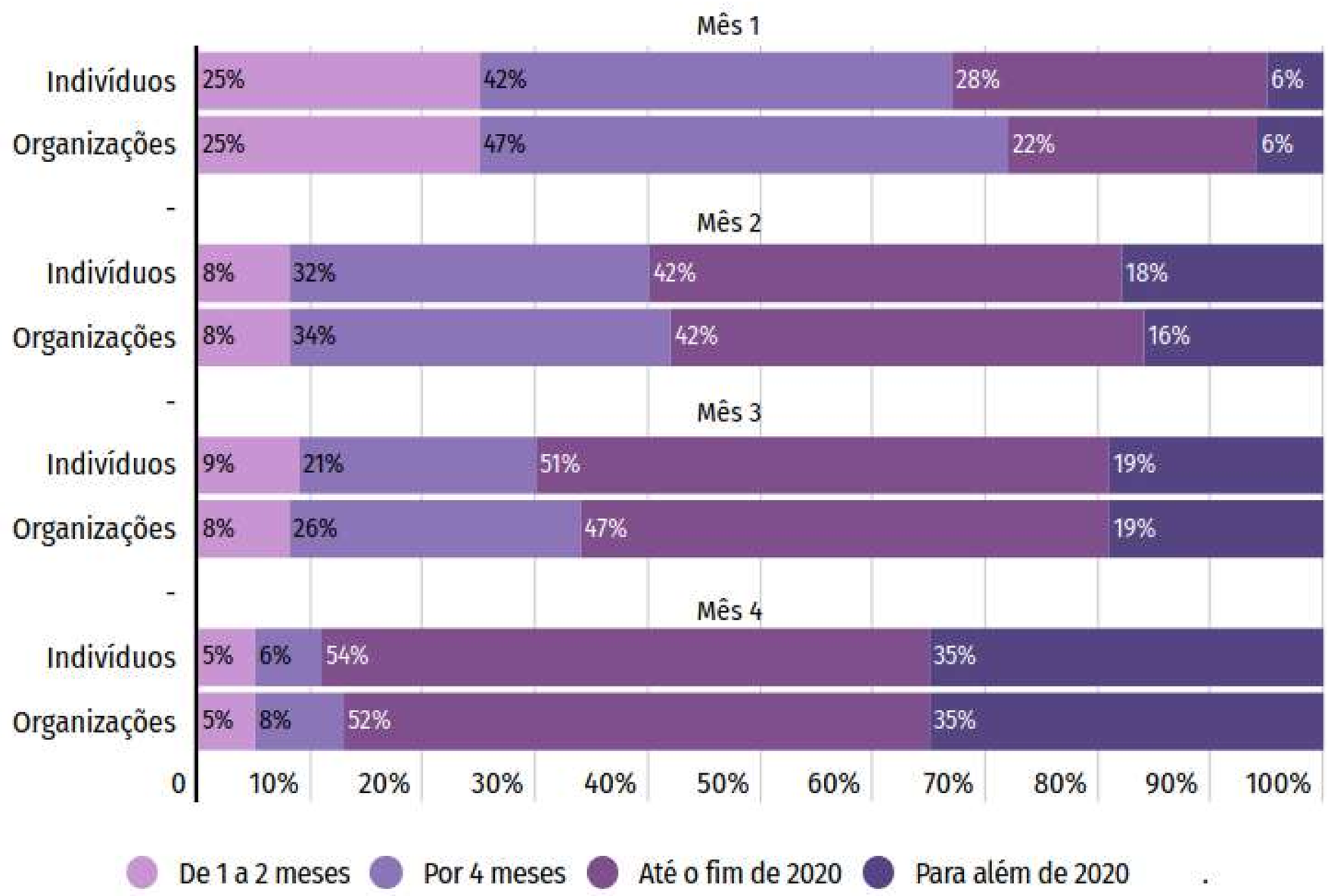
Estratégias

Estimativa temporal dos impactos

A pesquisa também se dedicou a conhecer e analisar as estimativas dos profissionais e organizações acerca do período de restrição de atividades e diminuição das receitas. Dos indivíduos participantes, 968 responderam a questão sobre a restrição das atividades e 967 sobre diminuição das receitas. Quanto às organizações, foram obtidas respostas de 432 e 433, respectivamente.

Ao longo dos quatro meses de pesquisa observou-se a acentuada modificação das percepções sobre o tempo estimado de impactos da pandemia. Em relação à restrição das atividades, no primeiro mês da pesquisa 67% dos indivíduos e 72% das organizações avaliavam que o problema não demoraria mais do que quatro meses. No mês seguinte, já há uma significativa diminuição desses percentuais, com 40% dos indivíduos e 42% das organizações. Nesse momento, mais da metade dos respondentes acreditava que sentiria os impactos das restrições até o final de 2020 ou além. No último mês, 89% dos indivíduos e 87% das organizações acreditavam que as atividades ficariam restritas até o fim de 2020 ou além, sendo que mais de um terço previa que em 2021 as atividades ainda teriam restrições.

Figura 20 - Tempo estimado de restrição das atividades - mudança ao longo dos quatro meses

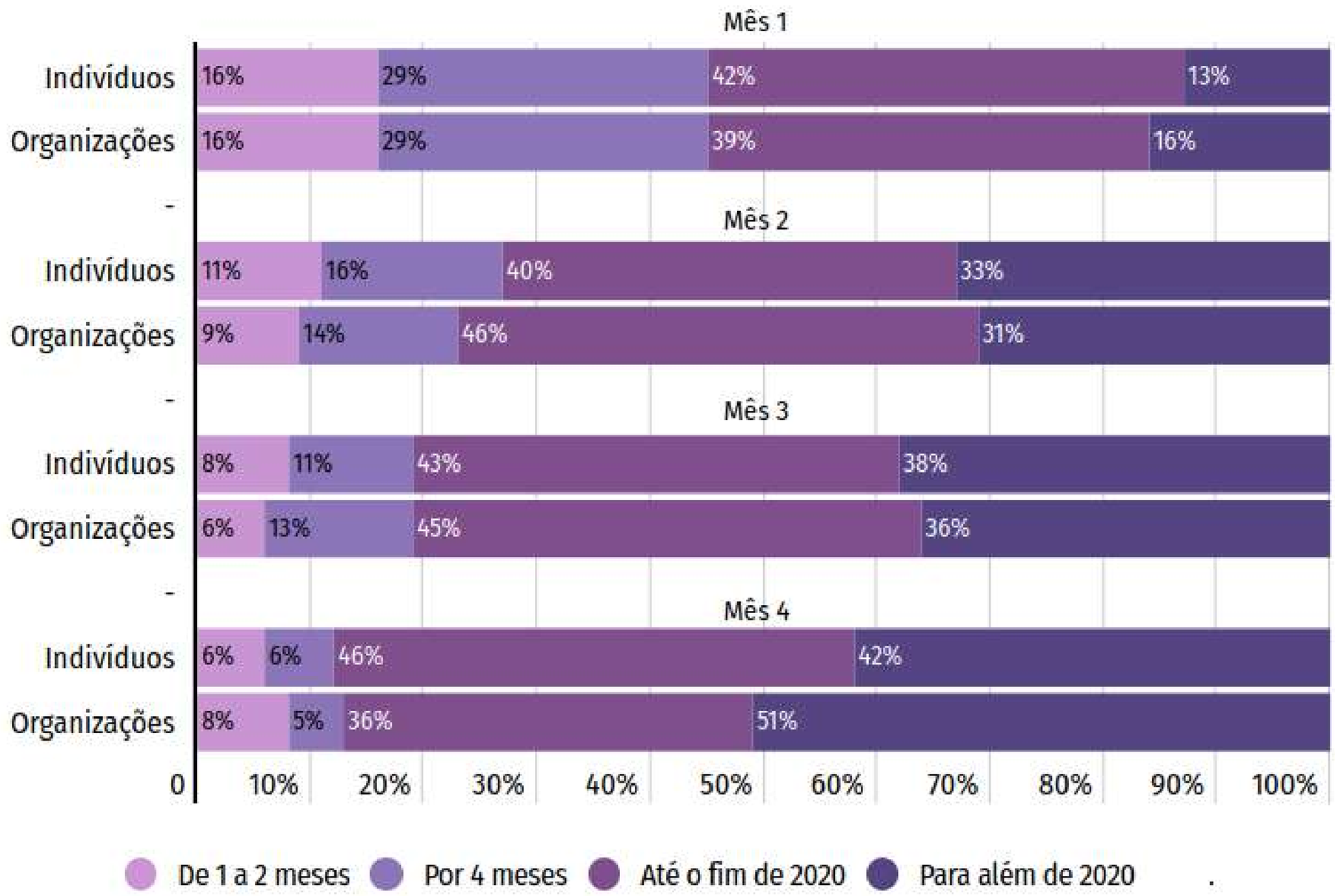


Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Em comparação com a percepção de impactos nas atividades, a estimativa de redução nas receitas é ainda mais acentuada. Enquanto no primeiro mês 45% dos indivíduos e organizações acreditavam que as receitas seriam afetadas por um período de até quatro meses, no último mês 88% dos indivíduos e 87% das organizações acreditavam que sentiriam os impactos nas receitas até o final de 2020 ou além, sendo que aproximadamente metade deste grupo considera que a diminuição segue em 2021.

Evidencia-se um aumento progressivo da percepção de que a restrição de atividades e diminuição da receita irá perdurar até o fim de 2020 ou além. Frente ao agravamento da crise sanitária no período da pesquisa, parte das estimativas se concretizaram ao longo dos quatro meses. Não há, por outro lado, quaisquer horizontes de soluções definitivas para seu arrefecimento.

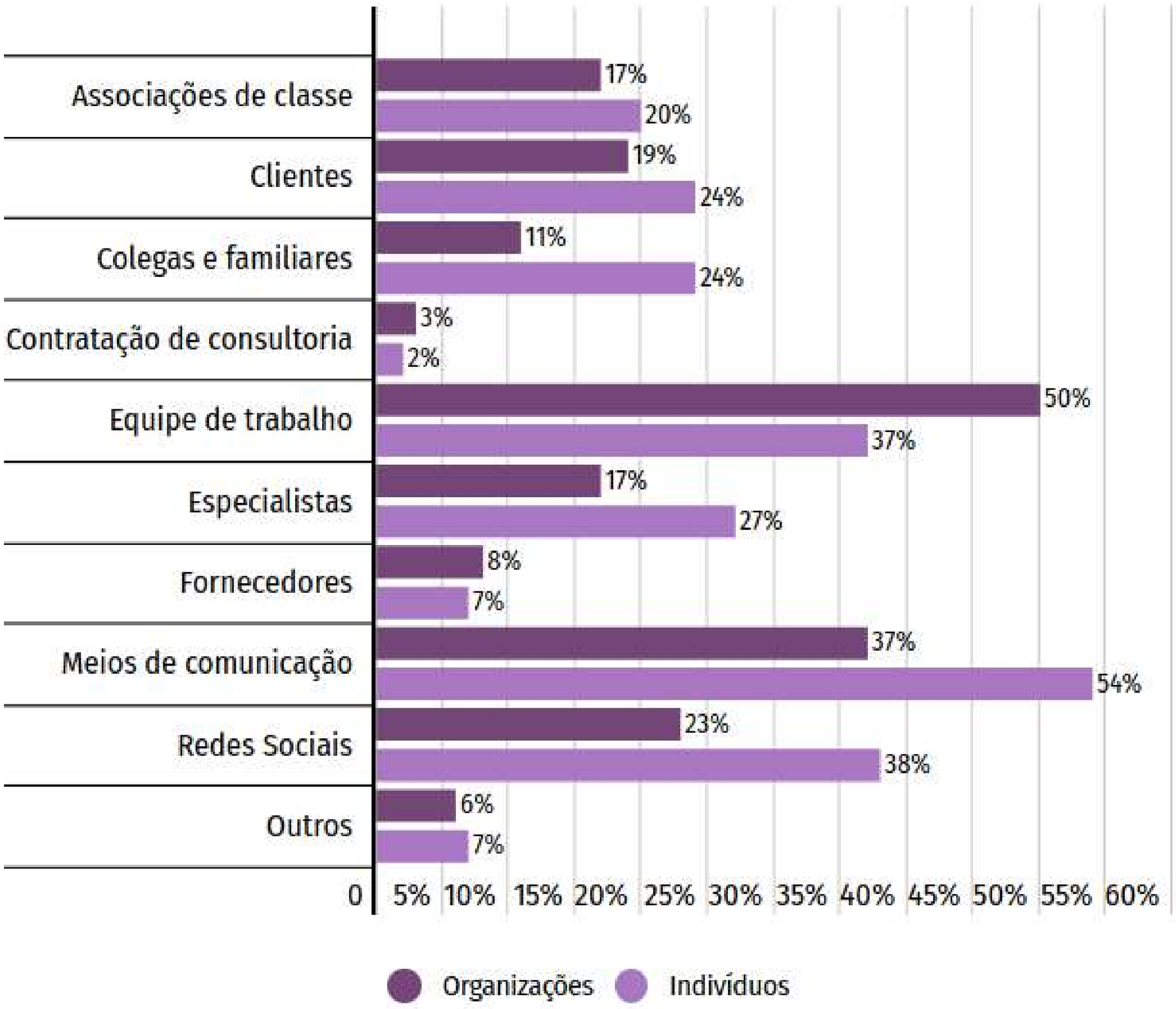
Figura 21 - Tempo estimado sobre diminuição da receita - mudança ao longo dos quatro meses



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Adicionalmente, se buscou identificar quais as principais fontes consultadas para a elaboração das estimativas. Quanto a esse aspecto, numa pergunta de múltipla escolha, foram recebidas 3.079 contribuições dos indivíduos e 1.175 contribuições das organizações.

Figura 22 - Principais fontes de informação para criar as estimativas de restrição de atividades e de diminuição da receita



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Dentre os indivíduos, se destacam como principais fontes, respectivamente: os meios de comunicação, seguidos pelas redes sociais, equipe de trabalho e especialistas. Por sua vez, as organizações subsidiaram suas estimativas, em especial, a partir de suas equipes de trabalho, meios de comunicação, redes sociais e clientes. Dentre os indivíduos, se evidencia um maior uso de múltiplas fontes como base para os prognósticos. Na opção outros ressalta-se citações como a leitura de boletins e artigos científicos e os decretos assinados pelo poder público municipal e/ou estadual.

A escala desta pandemia é inédita para esta geração, e traz consigo um alto grau de incertezas. Ao longo dos meses de aplicação da pesquisa muito se aprendeu sobre o novo coronavírus, ressaltando o dinamismo da situação e a dificuldade de previsões com razoável grau de certezas. Não há dúvidas sobre a intensidade do impacto, mas estimar da melhor forma possível a duração se torna central para o enfrentamento da questão. Apesar do grau de incertezas, há certa convergência entre especialistas sobre diversos temas, como o prazo para a criação e produção de uma vacina segura, para 2021.

O grande número de indivíduos e organizações que indicaram que sentirão os impactos da crise sanitária nas atividades e receitas até o fim de 2020 ou ainda em 2021 ressalta a necessidade de um olhar atento sobre o período de execução das políticas de auxílio ao setor cultural durante a pandemia. O inciso I do Art. 2º da Lei Aldir Blanc garante, obrigatoriamente, durante três meses (com possibilidade de extensão do período), renda básica emergencial a profissionais do setor para o enfrentamento da crise. Em um cenário em que cerca de 80% dos respondentes demonstram que sentirão impactos para além destes três meses, torna-se central elaborar medidas e estratégias diversificadas para auxiliar a área cultural também a médio e longo prazo.

Recursos utilizados e necessidades para enfrentar os impactos da pandemia

Nesta seção da pesquisa, perguntamos aos participantes que recursos estavam utilizando e quais as suas principais necessidades para lidar com a nova situação imposta pela pandemia. Recebemos respostas de 431 organizações e 964 indivíduos. Os resultados evidenciam que, apesar dos cancelamentos de atividades (ver seção "Impactos"), o setor criativo não ficou paralisado durante o período de distanciamento social e tem buscado se adaptar ao novo momento.

Recursos e estratégias

Em relação aos recursos utilizados, no topo da lista, tanto indivíduos (45,1%) quanto organizações (42%) mencionaram o desenvolvimento de novos projetos/produtos. Os profissionais também investiram tempo em ações de capacitação e treinamento, recurso mencionado por aproximadamente 1/5 dos participantes, assim como na prestação de serviços online e na divulgação e relacionamento com o público.

> *"Estou revendo o modelo de negócios culturais e buscando captar clientes para design via digital. Espero que as consultorias e treinamentos ajudem a reposicionamento e novas perspectivas de trabalho."*
> *(Designer e ilustradora, 50 a 59 anos, Rio Grande do Sul)*

A interrupção das atividades presenciais alterou radicalmente o planejamento e a rotina de trabalho dos profissionais de quase todos os segmentos da indústria criativa. Para manter-se em atividade, profissionais precisaram dedicar parte substancial do seu tempo a outros tipos de tarefas. Nas respostas abertas identificamos muitas menções ao uso do tempo em distanciamento para reposicionamento da imagem pública institucional e de carreiras artísticas; para a criação de campanhas de divulgação e de relacionamento; para reorganização de acervos, materiais, portfólios e até para a organização de processos internos – atividades para as quais muitos não conseguiam dedicar tempo na rotina de trabalho pré-pandemia.

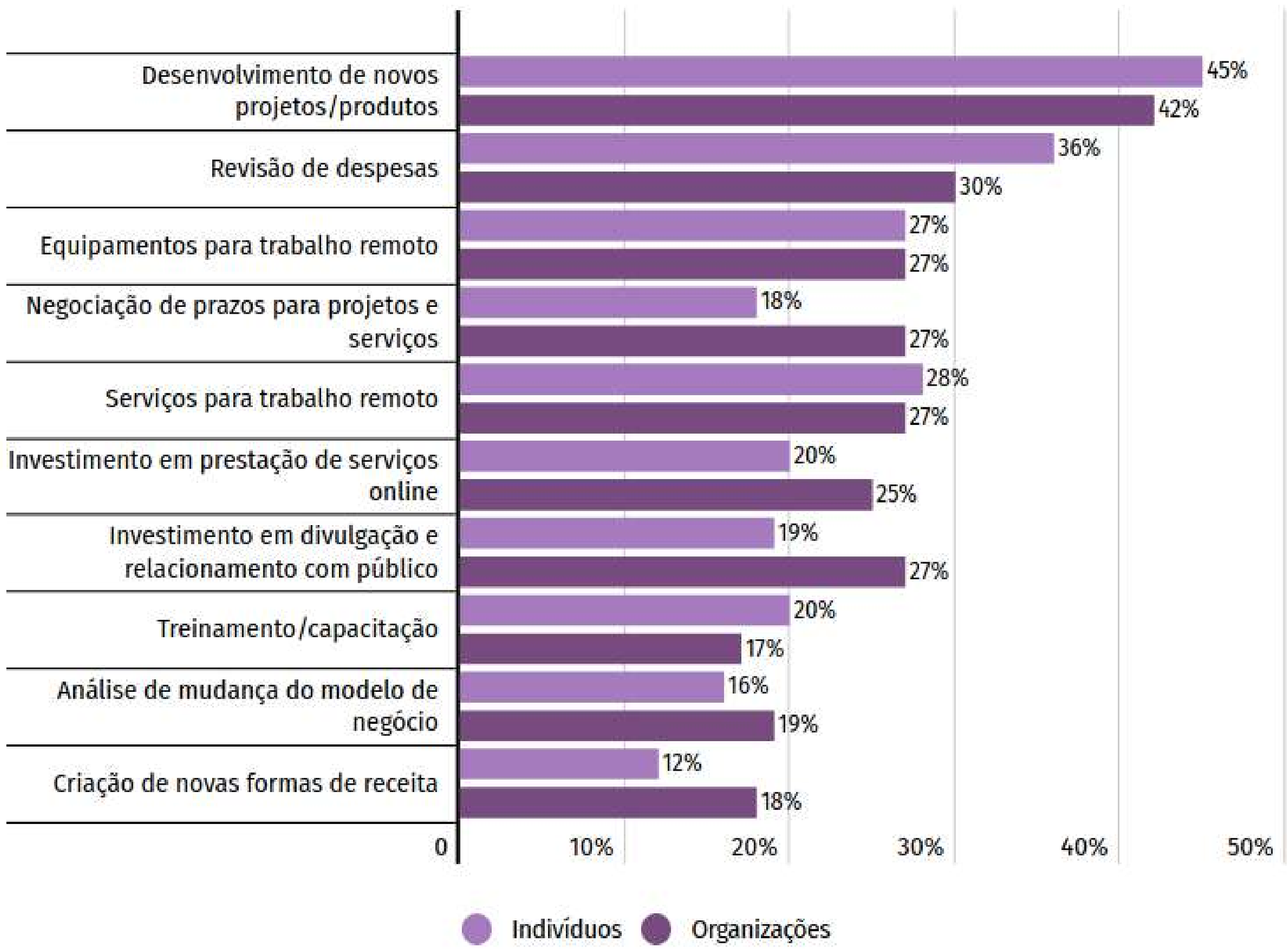
> *"Essa crise me possibilitou estudar, escrever projetos e pensar novos desafios que eu não teria como pensar se estivesse trabalhando todos os dias. Minhas maiores dificuldades hoje são como transformar meu produto artístico em audiovisual ou como começar a vender pela internet, como direcionar de modo que as pessoas se interessem em comprar."*
> *(Intérprete e produtora executiva, 25 – 39 anos, Bahia)*

A queda brusca de receita de muitos profissionais e empreendimentos (ver seção "Impactos") fez com que a revisão das despesas fosse o segundo recurso mencionado por 36,2% dos indivíduos e 30,6% das organizações. Além disso, 27% do total de respondentes buscou negociar novos prazos para projetos e serviços.

> *"Estamos diminuindo as atividades e custos drasticamente, entregando escritório alugado e passando para home office, negociando salários e custos fixos."*
> *(Produtora de Audiovisual, Rio de Janeiro)*

A necessidade, no entanto, impulsionou também a adoção de inovações nas estratégias de sustentabilidade de parte dos respondentes. Um pouco mais de 12% dos indivíduos e 18,1% das organizações investiram na criação de fontes de receita até então nunca adotadas por eles, a exemplo de campanhas de doação e/ou financiamento coletivo e da antecipação de venda de ingressos. Outros tipos de recursos que poderiam auxiliar profissionais e organizações neste contexto foram pouco mencionados, à exemplo de empréstimos/linhas de crédito e da contratação de consultores/especialistas.

Figura 23 - Recursos utilizados para lidar com a situação da pandemia



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Principais necessidades

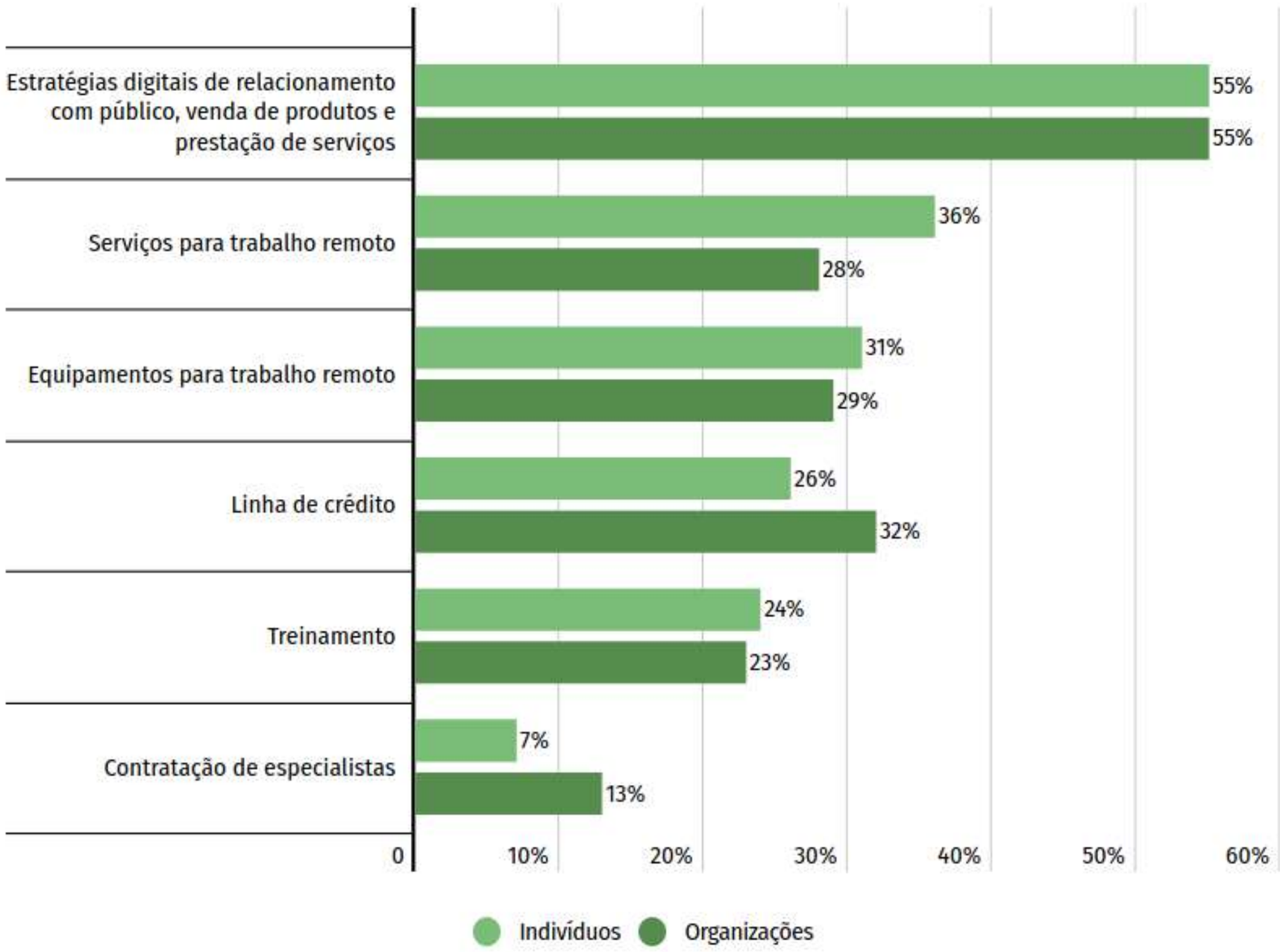
Perguntamos também aos participantes quais suas principais necessidades para lidar com os efeitos da pandemia, tendo registrado respostas de 430 organizações e 967 indivíduos. As respostas são reveladoras sobre as políticas públicas e investimentos que deveriam ser priorizados para auxiliar o setor no enfrentamento da crise e seus impactos. **Para além da necessidade de apoio financeiro, existe uma relevante demanda por capacitação, serviços e infraestrutura que possibilitem a adaptação das atividades ao ambiente digital.** Prova disso, é que a necessidade mencionada em primeiro lugar, por 55% dos respondentes da pesquisa, é a adoção de estratégias digitais de relacionamento com público, venda de produtos e prestação de serviços, seguida de acesso a serviços e equipamentos para trabalho remoto.

Importante ressaltar as dificuldades de monetização online para a maioria dos artistas e profissionais criativos. A monetização se dá basicamente em função de grandes audiências que geram múltiplas visualizações, o que não é construído em pouco tempo, sem o domínio das tecnologias e o conhecimento sobre estratégias de marketing digital.

> *"Criamos um curso de cerâmica on line, alguns dos atuais alunos permaneceram fazendo o curso nesse formato, pouquíssimos novos alunos surgiram nesse formato. Criamos uma loja virtual no facebook, porém ela não está atraindo compradores."*
> *(Empresa Limitada, artes visuais, Rio Grande do Sul)*

A necessidade de treinamento e capacitação foi mencionada por aproximadamente ¼ dos respondentes. Acesso a linhas de crédito, por sua vez, foi apontado por 32% das organizações e por 26% dos indivíduos.

Figura 24 - Necessidades para lidar com a situação da pandemia



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Como profissionais e organizações reagiram à crise da COVID-19

Em uma pergunta aberta, pedimos aos participantes que relatassem como estavam se preparando para responder à crise da COVID-19. Apesar da tentativa de se manterem ativos através da criação e oferta de produtos adaptados aos meios digitais, profissionais e organizações demonstram preocupação em relação à continuidade de suas atividades. Nas respostas de organizações, é possível perceber um grande esforço para reduzir despesas, adaptar as atividades e a dinâmica de trabalho para o ambiente digital, além da busca por orientações e protocolos para um futuro momento de reabertura. Algumas relataram estarem reavaliando seus modelos de negócio e cogitando inclusive encerramento das atividades a depender da confirmação de contratos e serviços suspensos.

> *"Concluímos nossos protocolos de segurança para retorno pós isolamento e estamos em fase de criação de sinalização adequada. Precisamos de recurso para pagamento de despesas e compra dos equipamentos e EPIs necessários para dar segurança aos pais e alunos."*
> *(Empresa Limitada, dança, Bahia)*

Muitos indivíduos relataram não contar com meios para responder à crise, em uma situação de preocupante fragilidade material e emocional (ver seção "Características da ocupação dos profissionais da cultura"). Diversos participantes tentaram acessar editais emergenciais e outras formas de fomento disponíveis, enquanto outros relatam a busca de oportunidades de trabalho alternativas dentro da própria área de atuação ou até mesmo a migração completa de área, abandonando sua ocupação original - especialmente no setor artístico.

> *"Sou Designer por formação, mas me dedico à cenografia já há 20 anos. Neste movimento não há perspectivas para esse serviço, penso na mudança de ramo de atuação para produtos de venda."*
> *(Cenógrafo, 25 – 39 anos, Bahia)*

> *"Estou revendo estratégias, metas, produtos. Pesquisando formas, serviços e plataformas. Mas principalmente tentando manter a esperança, energia e vontade de continuar."*
> *(Produtora Cultural, 60 anos ou mais, Rio de Janeiro)*

Medidas para recuperação econômica do setor

Nos primeiros meses da pandemia os setores artísticos, culturais e criativos buscaram alternativas de adaptação de rotinas e modelos de atuação para a realidade imposta pela crise do novo coronavírus. Quando perguntados, em uma questão aberta, que medidas poderiam ser mais efetivas para ajudar a recuperar a economia do setor no qual atuam, 281 organizações e 608 indivíduos apresentaram sugestões para as políticas públicas. Parte das respostas estão relacionadas com carências e demandas que antecedem a pandemia. Porém, a maioria dos respondentes indicou sugestões que dialogam com as necessidades de adequação para enfrentar as consequências da crise sanitária.

Com o corte brusco e a oscilação nas principais fontes de renda, medidas que promovam **sustentabilidade financeira** são mais recorrentes. O auxílio emergencial é a medida mais citada pelos respondentes individuais. Entre as organizações, ganha destaque a desoneração tributária, o perdão de dívidas e o subsídio para manutenção das organizações, o que inclui suspensão de contas de custeio e apoio para pagamento de funcionários. As demais sugestões estão relacionadas com o guarda-chuva das políticas de financiamento. Estão incluídas nesta categoria as sugestões de criação de editais simplificados e emergenciais, oferta de linhas de crédito especiais, pagamento de editais atrasados e a liberação de recursos de fundos culturais e setoriais, a exemplo do Fundo Setorial do Audiovisual, frequentemente citado entre os respondentes do setor audiovisual.

O apoio para o desenvolvimento de novos projetos, por exemplo como bolsas e prêmios, aparece muitas vezes como uma solução para viabilizar a atuação profissional no período da crise. Outra forma de promover a economia dos setores que é mencionada com frequência é a compra ou contratação antecipada de bens, produtos e serviços culturais. Também ganha destaque a necessidade do poder público atuar em campanhas de estímulo à ampliação da participação da iniciativa privada e da sociedade civil no financiamento à cultura.

> *"Emergencialmente, a garantia de uma renda mínima para o trabalhador poder comer, enquanto pensa em soluções e novos modelos de negócio."*
> *(Produtora e gestora cultural, 50 a 59 anos, Rio de Janeiro)*

> *"Disponibilização de crédito para o enfrentamento da crise, editais emergenciais."*
> *(Associação sem fins lucrativos, Gestão de Projetos, Roraima)*

O **fortalecimento da gestão cultural** é a segunda categoria com maior número de sugestões recebidas. Os respondentes apontam para a necessidade de ampliação e profissionalização das equipes atuantes nas Secretarias de Cultura. Também ressaltam a importância do planejamento das políticas públicas a curto, médio e longo prazo, bem como da articulação entre os governos federal, estadual e municipal. A partir das contribuições é possível inferir que os indivíduos e organizações entendem que o enfrentamento da crise vai demandar o fortalecimento institucional dos órgãos públicos de cultura. Também esperam que os mesmos atuem como consultores técnicos e mediadores na reorganização e adaptação dos setores. Exemplos de iniciativas incluem cursos e capacitações, estímulo à criação de novos modelos de negócio, pesquisas de mercado, reorganização do calendário de eventos, criação de canais de comunicação, campanhas de divulgação e valorização da produção e do consumo cultural e medidas regulatórias, como criação de protocolos de saúde pública.

"Derivar um auxílio direto no valor de até 1000 reais para agentes culturais que comprovem ausência de Renda durante o período da Pandemia; Aumentar linhas de crédito sem juros voltadas para trabalhadores da classe artística; Fomentar cursos e formações técnicas na linha EAD gratuitos e com certificação para empreendedores culturais e artistas. Áreas: marketing digital, como vender serviços e produtos artísticos em períodos de crise, gestão e produção cultural, elaboração de portfólios e projetos comerciais, e-commerce e e-business, startups, etc ..."
(Produtora executiva, 25 a 39 anos, Bahia)

"Maior estudo e planejamento em todos os setores do governo para repensar e assim ressignificar todo investimento para a dança. E melhores medidas pensadas junto com setores de saúde para se poder voltar numa normalidade em relação às atividades que possuem contatos físicos. E principalmente neste momento que tudo acontece virtualmente/online, baratear de certa forma o acesso à internet para que assim possamos ter um maior número de participantes/alunos e também para cursos de especialização."
(Professor de Danças de Salão, 25 a 39 anos, Bahia)

A terceira categoria considerada prioritária abriga **medidas para aprimoramento da atuação profissional em ambiente digital.** Mais uma vez, os respondentes relataram dificuldades relacionadas com a produção, a distribuição e o consumo de bens, produtos e serviços através da internet. As demandas vão além do apoio para a realização de eventos e festivais nas redes sociais e incluem aquisição de equipamentos, capacitação e suporte para digitalização de acervos e inclusão de produtos nas plataformas de comercialização e distribuição pela internet. Por fim, também é citada a necessidade de desenvolvimento de estratégias para a monetização das atividades online. Muitos trabalhadores e trabalhadoras da cultura mencionam que estão produzindo conteúdos para o ambiente digital, porém sem conseguir mobilizar recursos financeiros provenientes dessas atividades.

"Uma ajuda para adquirir equipamentos para transformar o negócio em digital. Cursos e formação para ensinar a usar a tecnologia a nosso favor.
(Mediadora de literatura infantil, oficineira e professora de artes, 40 a 49 anos, Rio Grande do Sul)

"Para além da vacina, já que trabalhamos com o carnaval e aglomerações. necessitamos de equipamentos e suportes remoto para criar conteúdo online."
(Associação sem fins lucrativos, Cultura de Matrizes Africanas, Rio de Janeiro)

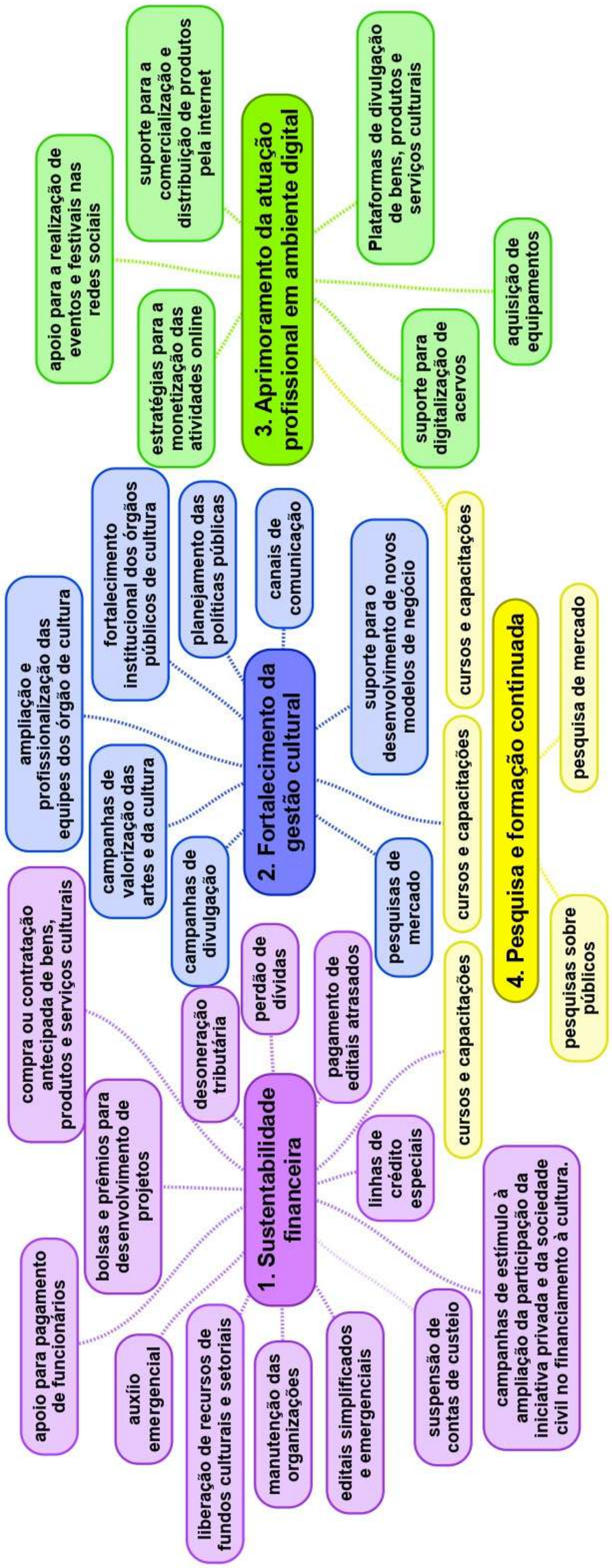
Por fim, mas não menos importante, a quarta categoria abarca propostas de iniciativas de **Pesquisa e Formação Continuada.** Embora tenham sido identificadas demandas genéricas por cursos, capacitações, pesquisas e informações atualizadas na área, é fundamental ressaltar que a maioria das medidas desta categoria estão relacionadas com as três categorias anteriores. Indivíduos e organizações demandam oportunidades de aprimoramento pessoal e profissional para melhorar a sustentabilidade financeira, os modelos organizacionais, a comunicação institucional, o relacionamento com os públicos e a atuação no ambiente digital. Ademais, vale ressaltar que a demanda por capacitação também aparece como prioritária na seção anterior que identificou os principais recursos utilizados e as principais necessidades dos agentes criativos para enfrentar os impactos da pandemia. Na questão aberta, os respondentes mencionaram que dedicaram tempo para a realização de capacitações durante o período de distanciamento social. Portanto, consideramos como uma categoria transversal de suma relevância para a retomada da economia dos setores artísticos, culturais e criativos.

> *"Editais públicos para projetos a serem realizados a médio prazo. Capacitação gratuita aos agentes culturais nas diferentes áreas da cadeia produtiva da economia da cultura."*
> *(Artista visual, professora e gestora cultural, 50 a 59 anos, Distrito Federal)*

> *"Uma estratégia coletiva que proporcionasse atividades on line, tipo treinamentos, apresentações, cursos."*
> *(Atriz e professora, 40 a 49 anos, Santa Catarina)*

De um modo geral, a análise das medidas sugeridas indica a necessidade de fomento público aos diferentes elos da cadeia produtiva: a criação, a produção, a distribuição e o consumo cultural. Os resultados da pesquisa também evidenciam ser fundamental o desenvolvimento de mecanismos que possibilitem a participação de indivíduos e organizações com diferentes modelos organizacionais, desde os mais sociais aos com perfil comercial e lucrativo. Por fim, é importante prever a inclusão daqueles que atuam em funções mais técnicas que dão o devido suporte para que as atividades artísticas aconteçam.

Figura 25 - Principais medidas para recuperação econômica do setor



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria

Foto de Divulgação - Orquestra Sinfônica da Bahia/Baile Concerto.

Relações prévias com mecanismos de financiamento à cultura

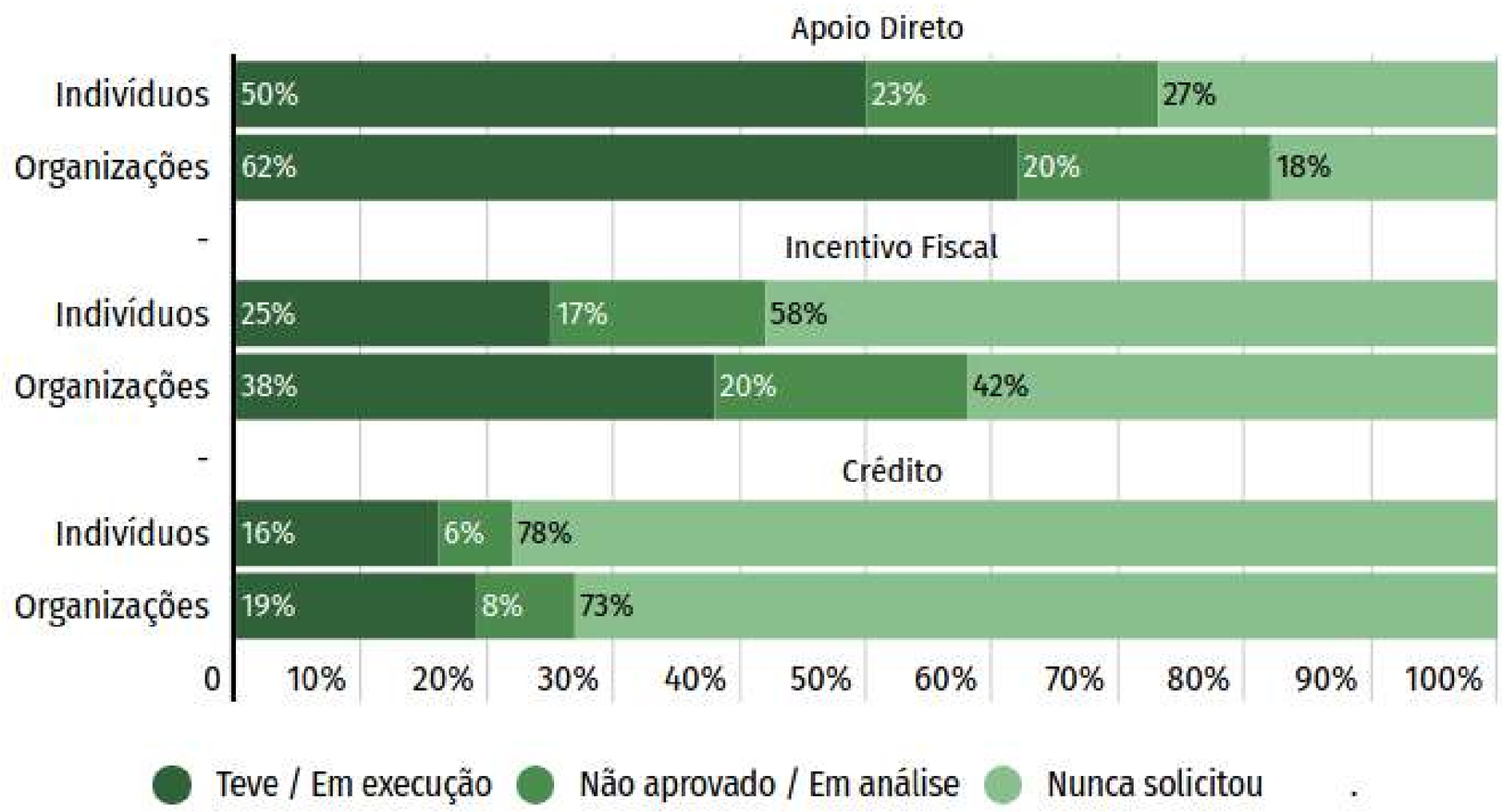
A pesquisa coletou informações sobre as relações dos respondentes, nos últimos cinco anos, com mecanismos de financiamento à cultura dos governos federal, estadual e municipal, de instituições de crédito privadas e de organizações estrangeiras. Foram validadas as respostas de 907 indivíduos e 421 organizações referentes a apoio direto; incentivos fiscais; e créditos e empréstimos. No geral, dois pontos se destacam.

Primeiro, entre as três modalidades de fomento, **o apoio direto é mais utilizado que o incentivo fiscal e ambos mais utilizados que crédito.** O segundo destaque é que, apesar da maioria dos respondentes declararem ao menos uma experiência com apoio direto, há um **percentual significativo de agentes que realiza suas atividades culturais sem qualquer subsídio de mecanismos de financiamento.**

Entre as organizações, 18,1% não solicitaram apoio direto em qualquer um dos entes ou internacionalmente nos últimos cinco anos. Este percentual se eleva consideravelmente nos demais mecanismos, já que 42,5% não pleitearam incentivo fiscal para financiamento de suas atividades culturais e 73,5% não tentaram empréstimos nos últimos cinco anos. Entre os indivíduos, 27,5% não apresentaram propostas para apoio direto, 58,2% não solicitaram apoio a mecanismos de incentivo fiscal e 77,8% não procuraram por linhas de crédito. A familiaridade limitada com o fomento público requer a simplificação dos procedimentos e a capacitação continuada dos agentes culturais.

Vale ressalvar que parte dos indivíduos e das organizações respondentes, mesmo sem ter acessado diretamente quaisquer subsídios, pode ter se beneficiado deles indiretamente, por meio de outros agentes que tenham acessado esses mecanismos.

Figura 26 - Experiência prévia de organizações e indivíduos com fomento à cultura, consolidada por tipo de mecanismo



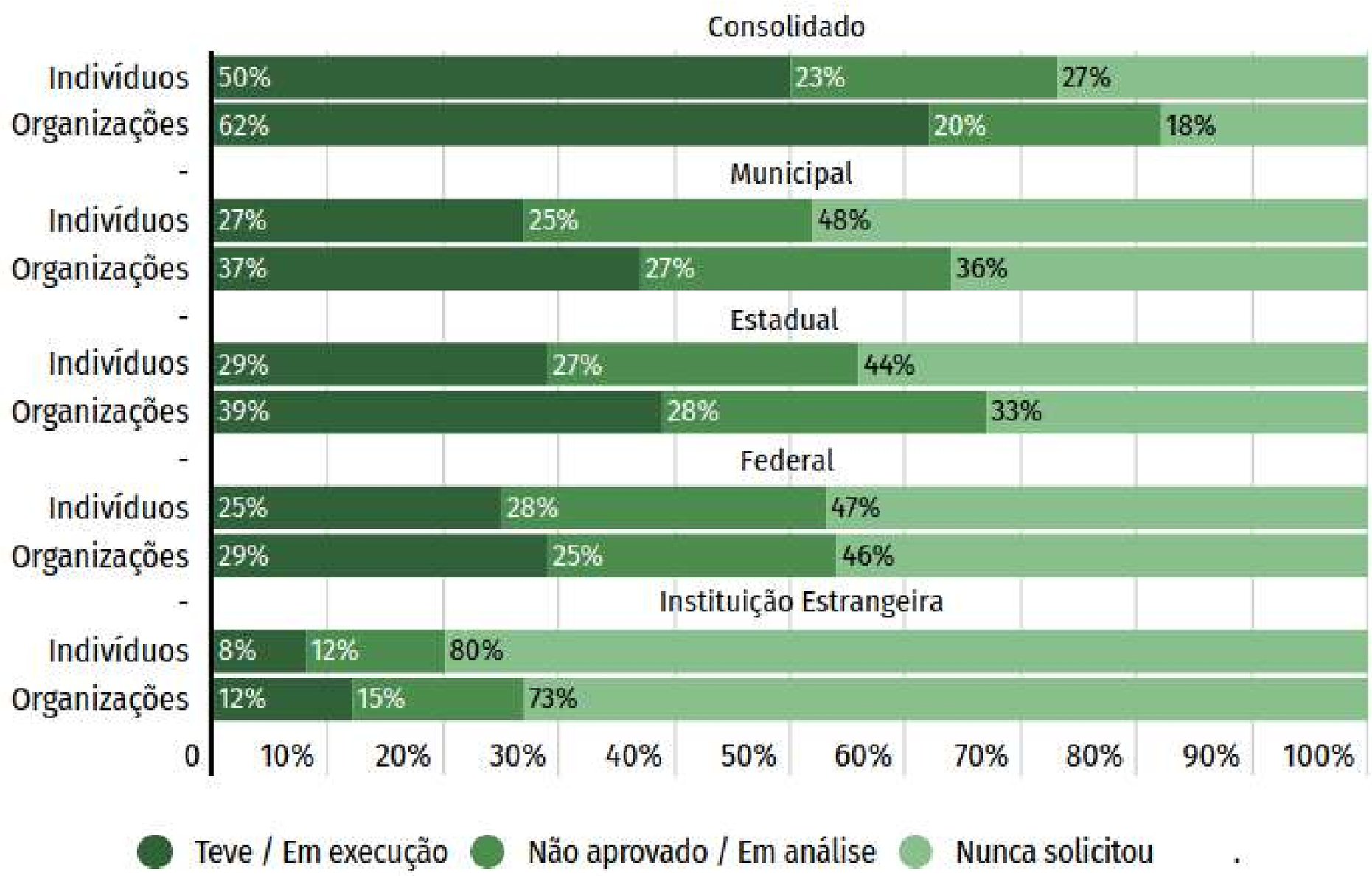
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Apoio Direto

Em relação a "Apoio Direto", 50,1% dos indivíduos e 62,2% das organizações já contaram com apoio de algum ente. Adicionalmente, 22,5% dos indivíduos e 19,7% das organizações tentaram, mas nunca conseguiram apoio (ou está em análise). Por fim, 27,5% dos indivíduos e 18,1% das organizações nunca pediram qualquer tipo de apoio direto, em nenhum nível.

Observando apenas as respostas em relação a cada ente, verifica-se que os âmbitos municipal e estadual são mais solicitados e acessados que o âmbito federal. Outro ponto a salientar é que, apesar das barreiras linguísticas e de acesso à informação, 20% dos indivíduos e 27% das organizações respondentes já tentaram ou obtiveram apoio de instituições estrangeiras.

Figura 27 - Prévio uso de apoio direto: consolidada, por ente federativo e por instituições estrangeiras

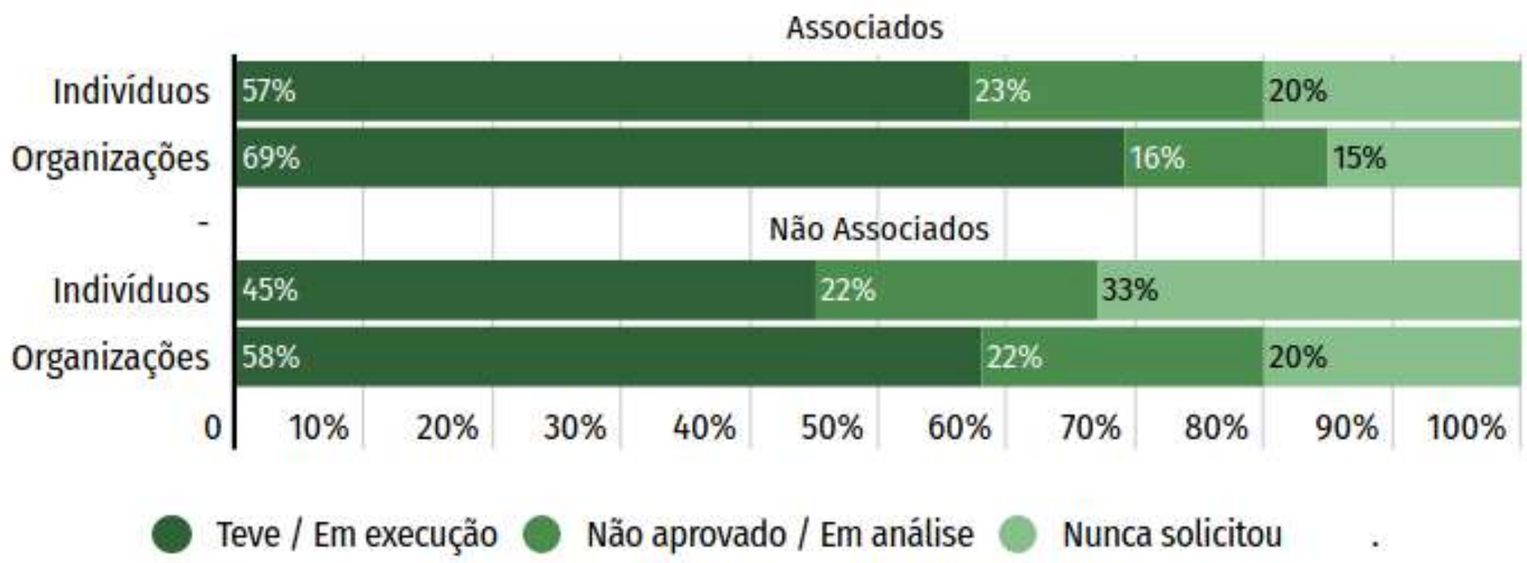


Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Entre os **setores**, os que mais tiveram apoio direto são teatro e cinema e audiovisual. Com relação a este último setor, 55,3% dos indivíduos e 72% das organizações já receberam recursos via apoio direto, e no teatro, 59,3% dos indivíduos e 87,5% das organizações, percentuais bem acima da média de 50,1% para indivíduos e de 62,2% para organizações.

Vale ressaltar que foi identificada uma correlação positiva entre **estar associado** e ter obtido prévio apoio direto. Organizações e indivíduos associados tem, em média, 11,8 pontos percentuais mais chances de ter tido apoio direto que os não associados.

Figura 28 - Prévio uso de apoio direto, consolidado, por vínculo com associação de classe, sindicato, coletivo ou similares

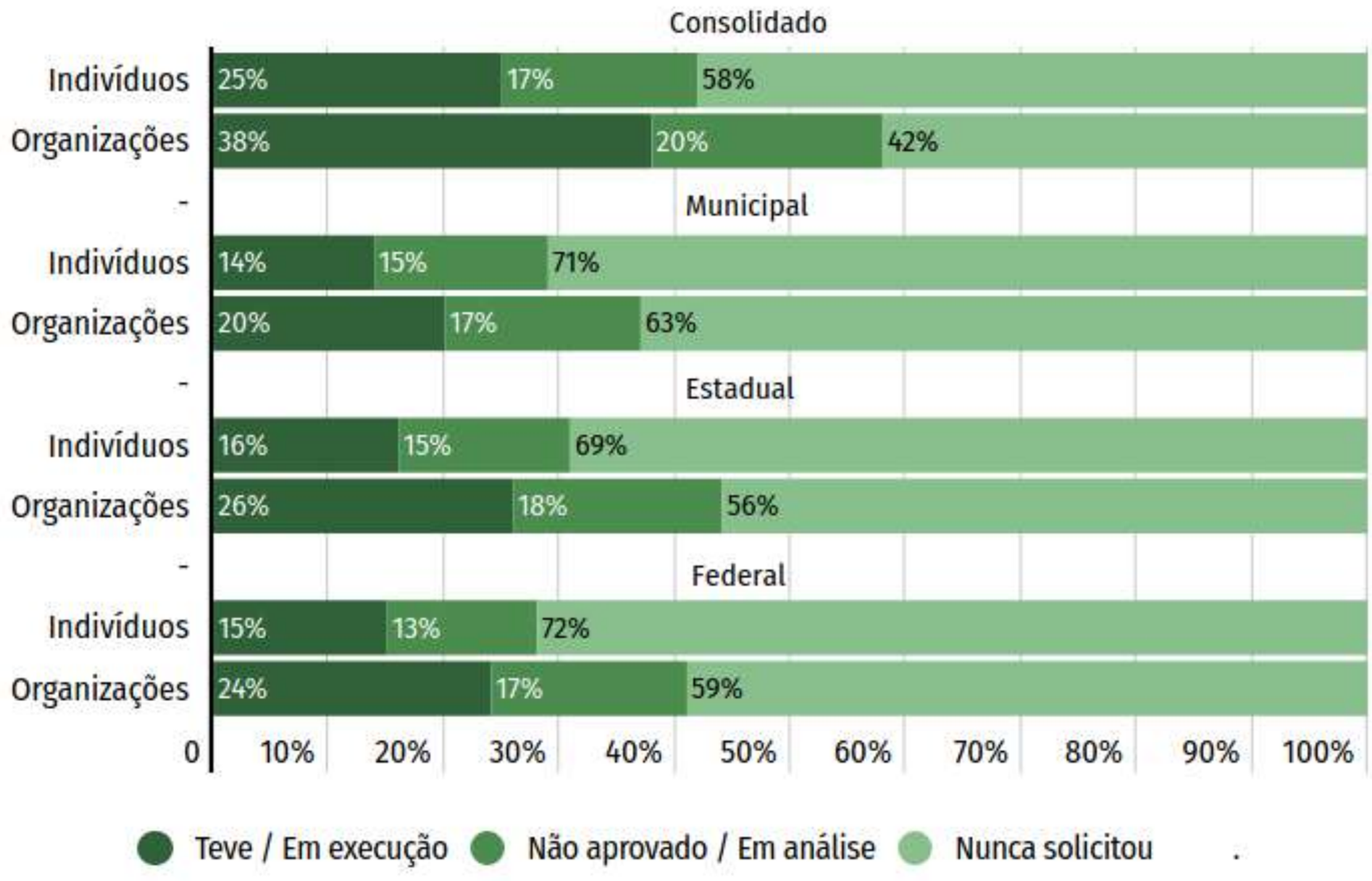


Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Incentivo Fiscal

No **geral**, 74,9% dos indivíduos e 62,1% das organizações nunca se beneficiaram de incentivo fiscal em qualquer dos níveis federativos. As organizações, portanto, relatam uso um pouco maior deste mecanismo de financiamento. Esse dados mostram que o espaço dado ao mecanismo de incentivo fiscal no debate público reflete a dinâmica de financiamento de uma pequena parcela dos agentes culturais.

Figura 29 - Prévio uso de incentivo fiscal: consolidado e por ente federativo



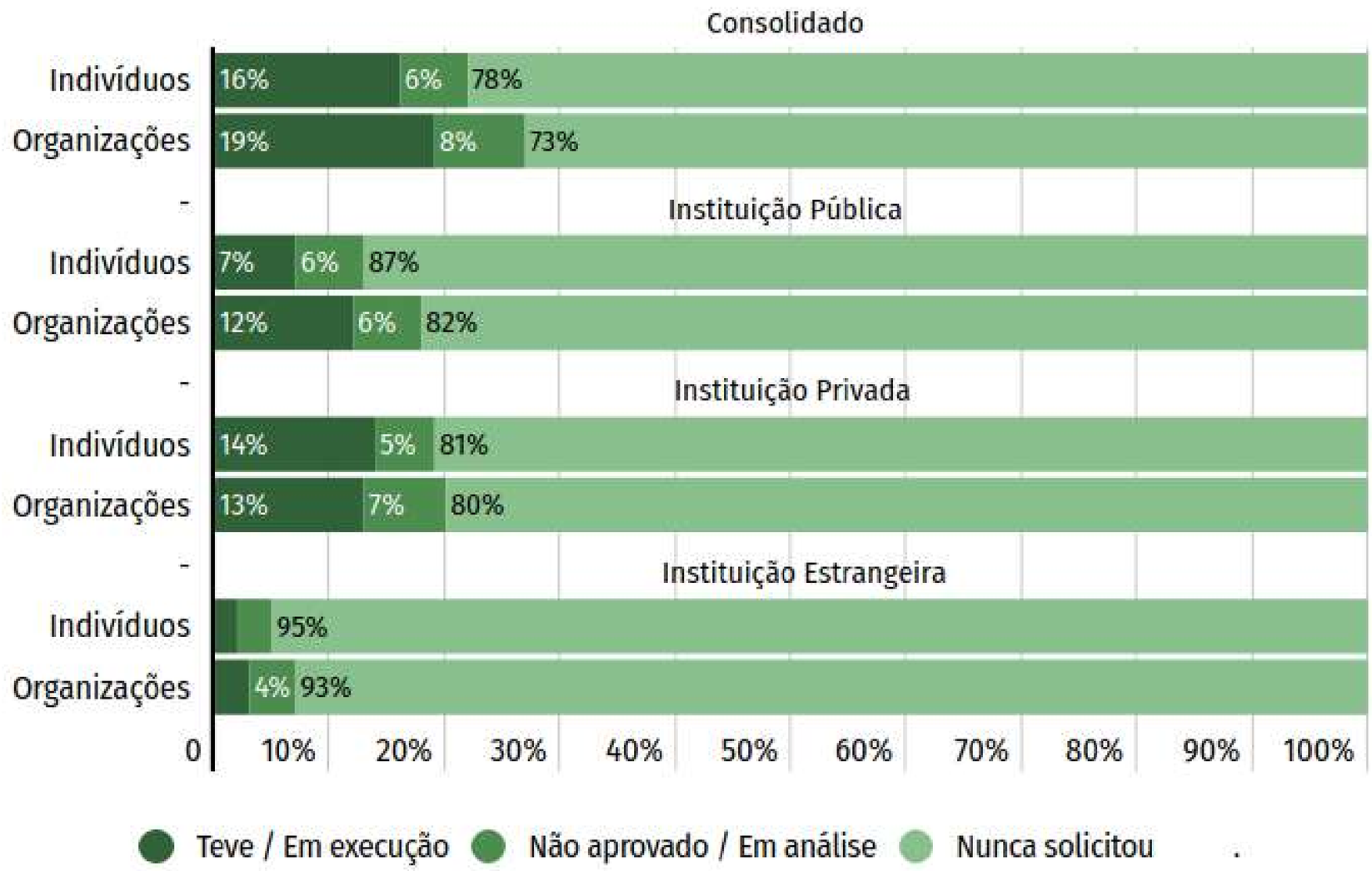
Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Do ponto de vista setorial, 12,8% das organizações atuantes na dança relataram ter projetos financiados por incentivo fiscal, enquanto música e teatro apresentam 43,4% e 57,1% entre organizações. A área de cinema e audiovisual, surpreendentemente, apresentou um percentual de somente 20% de organizações com este tipo de financiamento das atividades, o que pode ser um reflexo da incidência do Fundo Setorial de Audiovisual (FSA), em linha com os dados identificados na resposta sobre "Apoio Direto". A baixa participação do setor de dança neste tipo de financiamento se evidencia no percentual de 53,9% de organizações que nunca solicitaram este tipo de apoio.

Crédito

No **geral**, é bastante homogênea a distribuição das respostas entre indivíduos e organizações referentes ao crédito para financiar as atividades culturais e criativas. A maioria, respectivamente 77,8% e 73,5%, nunca solicitou este tipo de mecanismo. Interessante ressaltar que 64,1% dos indivíduos e 61,3% das organizações que declararam necessitar de crédito (ver seção *Estratégias*) não pleitearam esse mecanismo nos últimos cinco anos.

Figura 30 - Prévio uso de crédito, consolidado, por instituição pública, privada e estrangeira



Fonte: Impactos da COVID-19 na Economia Criativa. Elaboração própria. Percentuais arredondados sem casa decimais.

Analisando as respostas sob o prisma setorial, entre as organizações de cinema e audiovisual, 32% já tomaram crédito. Na outra ponta, apenas 8,9% das organizações da área teatral utilizaram este tipo de mecanismo, quase 10 pontos percentuais abaixo da média nacional de 18,7%.

Em relação ao fomento à cultura, o crédito sempre foi um aspecto crítico. Primeiro, a maioria das organizações culturais trabalha por projeto e, em geral, possui uma estrutura produtiva bastante enxuta, com poucos ativos fixos. Essa característica dificulta o acesso aos recursos bancários, uma vez que e as instituições financeiras solicitam garantias reais (imóveis, máquinas, equipamento, veículos). Além disso, os projetos culturais, em sua maioria, possuem uma acentuada incerteza, o que dificulta a estimativa do seu rendimento e eleva o risco de inadimplência para os bancos.

Neste momento de crise sanitária que tanto afeta as atividades profissionais de modo geral e as culturais particularmente, tem se destacado a necessidade de se subsidiar crédito às pequenas e médias organizações que são sustentáculo do emprego no país. Talvez esteja aqui uma boa indicação para a construção de uma política pública de financiamento que contribua para a retomada das atividades no período posterior a pandemia, tais como: proporcionar prazos e taxas de juros mais favoráveis e estabelecer um sistema de garantias mais adequado ao segmento cultural (fundos de aval e recebíveis).

Foto de Divulgação - Instalação "Transeuntis Mundi".

Imagem de pxhere.com (CC0 Public Domain)

Considerações finais

O ano de 2020 será tristemente lembrado pela magnitude dos impactos da pandemia de COVID-19 em todo o mundo. O setor criativo foi duramente afetado em sua forma de subsistir e de existir, pois a coletividade, a presença e o convívio são centrais para a criação e a distribuição de grande parte dos produtos culturais. Os resultados da pesquisa são relevantes para a compreensão do setor criativo no Brasil antes, durante e pós-pandemia.

Os dados contribuem para confirmar alguns pontos presentes no debate público, a exemplo do baixo alcance do fomento estatal e da baixa adesão ao associativismo nos setores culturais. Mais importante ainda, os dados também revelam que agentes e organizações não estão paralisados, visto que estão investindo em outras frentes, como desenvolvimento de novos bens, produtos e serviços artísticos, culturais e criativos, apesar de terem sido altamente impactados pela suspensão e cancelamento das atividades. Os profissionais e as organizações estão sendo desafiados a desenvolver novos modelos de negócio; modos de produção; estratégias de difusão de bens, produtos e serviços; e de relacionamento com os públicos.

De forma inédita, a pesquisa captou como a percepção sobre a duração da pandemia e seus impactos foi se alterando ao longo dos meses, acentuando a avaliação de que as consequências da crise serão sentidas para além de 2020. Este é um tema central para o planejamento das políticas públicas e de estratégias de medidas de médio e longo prazo para o setor.

O levantamento também permitiu identificar achados relevantes em relação às medidas que poderão ajudar a recuperar a economia dos setores artísticos, culturais e criativos. O apoio à sustentabilidade financeira do setor é central e urgente, dado o curto período em que os respondentes poderiam se manter com suas atividades suspensas. Neste sentido, a conquista histórica no processo de aprovação da Lei no 14.017, de 29 de junho de 2020, conhecida como a Lei Aldir Blanc, é um exemplo da mobilização atual do setor. A Lei oferece os meios necessários para evitar que a cultura sofra impactos ainda mais devastadores e duradouros. Mas não é, por si só uma garantia. A extensão do sucesso na sua implementação depende da visão estratégica dos gestores no uso desses recursos, e demanda ampla participação social e colaboração na construção das medidas, além de uma dose de realismo quanto à gravidade e duração da crise e consciência das peculiaridades e da importância da cultura.

Devemos ainda lembrar que a existência de recursos é apenas parte da solução. A familiaridade limitada de boa parte dos agentes culturais com o fomento público requer a simplificação dos procedimentos e o investimento em capacitação continuada. É igualmente importante prever a inclusão daqueles que atuam em funções mais técnicas que dão o suporte necessário para que as atividades artísticas aconteçam. Da mesma forma, as especificidades da atividade cultural demandam a criação de mecanismos de crédito financeiro mais adequados ao setor.

As políticas públicas para apoio neste momento de crise devem mais do que nunca ser construídas ouvindo o setor cultural. A análise das principais medidas sugeridas na pesquisa indica a necessidade de fomento público aos diferentes elos da cadeia produtiva: a criação, a produção, a distribuição e o consumo cultural. Indicam ainda não apenas a necessidade de apoio financeiro, mas também a expectativa por parte dos agentes culturais de que órgãos públicos de cultura atuem como consultores técnicos e mediadores na reorganização e adaptação dos setores.

Em tempos tão difíceis, vale a pena concluir um imenso e voluntário trabalho de pesquisa com as palavras de um poeta. Relembramos as palavras de Ferreira Gullar, que disse que "a arte existe porque a vida não basta". Não podemos esquecer que são os frutos da criatividade de trabalhadores e trabalhadoras das artes e da cultura que contribuem para trazer beleza, entretenimento, reflexão e conforto neste momento tão singular da humanidade. Esse trabalho é dedicado ao futuro do setor cultural no Brasil e a todos os profissionais que fazem, fizeram e farão parte dele. É também, por fim, dedicado a cada uma das mais de 100 mil pessoas vitimadas pela COVID-19 e suas famílias.

Agradecimentos

Ágatah Simas
Alexandre Santini
Alfredo Manevy
Alexandre Pimentel
Andrea Nogueira
Anderson Oriente
Ângela Andrade
Arany Santana
Beatriz Araujo
Brenda Bauman
Cristiane Taquary
Carolina Biberg Maia
Danielle Barros
Danilo Miranda
Décio Coutinho
Deputado Bobô
Ellen Mello
Elizabeth Loiola
Felipe Rodrigues Amado Leite
Fernanda Messias
Fernanda Piccolo
Fernanda Pimenta
Fernando Guerreiro
Flávia Nakamura
Flávia Landigraf
Gabriel Portela Saliés
Gilberto Gil
Gilson Jorge
Guilherme B. Costa
Isaura Botelho
Jacson do Espírito Santo
José Márcio Barros
José Oliveira Júnior
Kátia de Marco
Laercio Nascimento
Lia Calabre
Lucimara Letelier
Maria Gil
Mariana Fernandes
Mariella Pitombo
Márcio Caires
Maurício Trindade
Messias Bandeira
Paulo Miguez
Paolo Pani
Renata Dias
Renata Motta
Renato Cordeiro
Ricardo Khouri
Sabiá Gestão Criativa
Silvia Russo
Taydara Araujo
Victor de Wolf
Vívian Campos

Referências

ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar): ans.gov.br/perfil-do-setor/dados-gerais

IBGE: http://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-deimprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26912-pnadcontinua-trimestral-desocupacao-recua-em-nove-das-27-ufsno-4-trimestre-de-2019

Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018. /IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro IBGE, 2019. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101687.pdf

SOUSA, Mário Lúcio. **Meu verbo cultura. Escritos amorosos sobre cultura e desenvolvimento.** Org. Claudia Leitão. Edufba: Salvador, 2016, p.31.

ANEXO

Classificação dos setores pelos domínios da UNESCO (2009)

APRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS E CELEBRAÇÕES	ARTES VISUAIS E ARTESANATO	LIVROS E IMPRENSA	MÍDIAS AUDIOVISUAIS E INTERATIVAS	DESIGN E SERVIÇOS CRIATIVOS
Arte de Rua, Circo, Dança, Festas e Celebrações, Música, Teatro	Artes Digitais, Artes Visuais, Artesanato, Fotografia	Livro, Leitura e Literatura	Cinema e Audiovisual, Games, Softwares e Aplicativos, Publicidade, Rádio, Televisão	Arquitetura e Urbanismo, Design, Moda
PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL			**PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL**	
Capoeira, Culinária e Gastronomia, Cultura Popular Patrimônio Imaterial			Museu, Patrimônio Material	
EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO		**EQUIPAMENTOS E MATERIAIS DE APOIO**		**ARQUIVOS E PRESERVAÇÃO**
Formação e Mediação, Pesquisa		Gestão Cultural Produção Cultural		Arquivos
CULTURAS IDENTITÁRIAS			**TEMAS IDENTITÁRIOS**	
Cultura Cigana Cultura do Sertão Cultura de Matriz Africana Cultura Indígena Culturas Identitárias (outras)			Cultura LGBTQI+ Cultura e Infância Cultura e Juventude Cultura e idosos	

Foto: Lucas Seixas/Labfoto - Teatro Vila Velha

PESQUISA

IMPACTOS DA COVID-19 NA ECONOMIA CRIATIVA

RELATÓRIO FINAL

REALIZAÇÃO:

OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA CRIATIVA #bahia

UFRB

PARCERIAS INSTITUCIONAIS:

FGM Fundação Gregório de Mattos

SALVADOR PREFEITURA PRIMEIRA CAPITAL DO BRASIL Secretaria de Cultura e Turismo

GOVERNO DO ESTADO SECRETARIA DE CULTURA

CULTURA GOV RJ

CULTURA E TURISMO MINAS GERAIS GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.

GOV RS NOVAS FAÇANHAS NA CULTURA

COLABORAÇÕES ACADÊMICAS:

cRio

ESPM

UNESCO Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

uniTwin Cátedra UNESCO de Políticas Culturais e Gestão Fundação Casa de Rui Barbosa Estabelecida em 2017

FUNDAÇÃO Casa de Rui Barbosa

UFRRJ UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO