

## **O DISCURSO DO EMPREENDEDOR (CULTURAL) E SUAS IMPLICAÇÕES NA CENA ALTERNATIVA PELOTENSE.**

MATHEUS ISLABÃO MARTINS<sup>1</sup>; MARCIO SILVA RODRIGUES<sup>2</sup>

*<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – matheus.imartins88@gmail.com*

*<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – marciosilvarodrigues@gmail.com*

### **1 INTRODUÇÃO**

Neste cenário, onde a esfera econômica passa a ser o principal foco das nações, deixando para segundo plano as esferas política e social, torna-se predominante o discurso do empreendedorismo como ferramenta capaz de estabelecer uma base sólida para o alcance do desenvolvimento econômico (TAVARES, 2014). Dessa forma, o termo empreendedorismo tem recebido grande destaque nas discussões econômicas e sociais, nas esferas públicas e privadas.

Como consequência, pode-se notar uma considerável influência dessa disciplina em outros espaços tradicionalmente não econômicos, como a cultura. De acordo com Loacker (2013), dadas as atuais alterações na estrutura de governo e a consequente mudança na relação entre Estado, arte e cultura, a responsabilidade pelo apoio às artes e à cultura deixa de ser um papel desenvolvido pelo Estado, cabendo ao artista e às organizações do campo proverem o próprio desenvolvimento do setor.

Intimamente relacionada à centralidade da empresa em nosso mundo (RODRIGUES, 2013), o discurso do empreendedor – neste caso o empreendedor cultural – passa a ser um veículo que legitima esta diminuição da atuação do Estado e passa a responsabilizar os artistas e demais agentes culturais pelo seu próprio desenvolvimento. Desta forma, percebe-se a generalização do discurso empreendedor por parte do Estado e suas instituições no sentido de estabelecer uma naturalização desta forma de ação.

Partindo dessas considerações, o presente estudo tem como objetivo analisar como alguns dos principais artistas e atores culturais percebem os impactos causados pelo discurso acerca do empreendedorismo (cultural) no processo de produção da cena alternativa em Pelotas.

### **2 METODOLOGIA**

Com o intuito de atender ao objetivo proposto, esta pesquisa, de caráter predominantemente qualitativo, buscou descrever, analisar e comparar, a luz do referencial teórico mencionado, como algumas organizações/atores da cena cultural e artística alternativa de Pelotas percebem o discurso do empreendedorismo, em especial, do empreendedorismo cultural. De acordo com Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trata de questões particulares da realidade que não podem ser quantificadas.

Para tanto, dada a dificuldade em obter dados secundários sobre o campo, essa pesquisa foi desenvolvida basicamente a partir de dados primários, coletados através de entrevistas semiestruturadas. Ao todo foram realizadas sete entrevistas com alguns dos atores que mais se destacam no cenário cultural e artístico alternativo do município (seleção por julgamento). Dentre os entrevistados, pode-se ressaltar alguns dos principais projetos do cenário cultural pelotense como, por exemplo, o movimento Piquenique Cultural, que trabalha a valorização dos espaços públicos através das artes desde 2010; o grupo de extensão Patafísica, da Universidade Federal de Pelotas, que realiza mediações de exposições culturais desde 2012; e o espaço de arte independente Casa Paralela, que atua há cinco anos no fomento de exposições de artistas, tanto locais como de outras cidades. Ouviu-se também o grupo de dança Trem do Sul, que atua desde 2006, e a Galeria Ágape Espaço de Arte, que oferece aulas, cursos, oficinas e exposições artísticas desde 2010. Por fim, foram ouvidos dois produtores musicais, com experiência no ramo da música autoral local, sendo um deles o responsável pelo Galpão do Rock, um espaço alternativo tradicional de música na cidade de Pelotas.

Esta escolha, por analisar o contexto cultural e artístico alternativo da cidade de Pelotas, se justifica uma vez que já é possível identificar a adoção de traços de uma lógica mercadológica e empresarial em determinados aspectos e agentes envolvidos neste cenário. Desta forma, optou-se por trabalhar com os grupos alternativos locais na intenção de se verificar se há resistência frente a esta lógica, bem como de que forma ela se estabelece.

A análise das entrevistas foi realizada levando-se em consideração os elementos desenvolvidos a partir da fundamentação teórica, visíveis no quadro 1. Assim, após a gravação e a transcrição das entrevistas, realizou-se a organização do material, a categorização (conforme referido quadro), a análise e o confronto das repostas com a perspectiva teórica adotada aqui.

Quadro 1: Operacionalização da análise acerca da influência do discurso empreendedor sobre os atores culturais.

<b>Categoria</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Elementos analisados</b>
<b>Empreendedorismo (cultural)</b>	<b>Papel do Estado</b>	Redefinição da atuação do Estado
		Autorresponsabilização
	<b>Mercado como agente central</b>	Preocupação com o mercado
		Competitividade
	<b>Adoção da forma empresa</b>	Formalização
		Linguagem empresarial
		Uso de técnicas empresariais

Fonte: Elaboração própria.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quanto ao traço **redefinição do papel do Estado**, apesar de ser uma das características centrais da forma de atuação estatal nos moldes neoliberais, pode-se notar que, pelo menos na cidade de Pelotas, o Estado ainda oferece um certo aporte para os artistas e atores culturais.

No que se trata da **autorresponsabilização**, este traço tornou-se evidente através da verificação da necessidade de conciliação das atividades artísticas com outros trabalhos, de forma a sustentar a prática artística. Além disso, verificou-se também a necessidade de o artista conseguir executar diversas funções e, ao mesmo tempo, conciliá-las com seu trabalho artístico.

Com relação ao traço **preocupação com o mercado**, pode-se identificar, através das falas dos entrevistados, que os atores envolvidos no cenário cultural consideram fundamental que o artista esteja atento às tendências, bem como às influências, oriundas do mercado. Esta preocupação pode ser vista com clareza na fala do Entrevistado 6:

É, na realidade, no estilo que a gente gosta...sinceridade...a gente se mantém...mas tu tem que diversificar porque se não...é no caso aqui...a gente tem dança de salão, não é uma coisa que o grupo trabalha, mas se tu não fizer isso, não vai conseguir pagar o aluguel. E até porque...as pessoas, por si próprias...nem todo mundo vai querer dança de rua (ENTREVISTADO 3).

Ao se abordar a **competitividade**, pode-se perceber que a cidade de Pelotas não possui ainda um mercado cultural fortemente estabelecido, ao contrário do que se percebe em cidades como Porto Alegre e São Paulo. Ainda assim, de uma forma mais ampla e gradual, pode-se perceber que a competitividade passa, sim, a ser considerada pelos entrevistados uma preocupação presente na vida dos artistas e atores culturais locais.

Da mesma forma, ao se considerar o indicador **mercado como agente central** de uma maneira ampla, deve-se destacar que, apesar de ser uma das características fundamentais da nova forma de organização política, econômica e social, este indicador parece não ser considerado relevante para o cenário cultural pelotense, uma vez que a cidade não possui, segundo os entrevistados ouvidos, um mercado cultural estruturado e desenvolvido. Deve-se pontuar, no entanto, a observação de alguns entrevistados com relação ao papel desempenhado pela Universidade e a sua importância para o cenário cultural e artístico local, não apenas no oferecimento de uma gama maior de cursos na área das artes, como também no apoio a projetos e eventos artísticos e culturais.

Em relação à **formalização**, pôde-se perceber que esta é uma necessidade cada vez maior para os artistas locais. A formalização e regularização facilitam o acesso a investimentos e à realização de parcerias.

Quanto à **linguagem**, notou-se durante as entrevistas que os artistas locais passam a apropriar com uma frequência cada vez maior um tipo de linguagem tipicamente empresarial, o que ficou claro através da ocorrência de termos e expressões como, por exemplo, “captar recursos”, “demanda”, “captar patrocínio”, “R.P.A.”<sup>1</sup> e “M.E.I.”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> R.P.A.: Recibo de pagamento a autônomo.

Em relação ao **uso de técnicas empresariais**, pode-se perceber que a adoção destas ferramentas passa a se tornar cada vez mais presente no comportamento dos atores culturais entrevistados. A utilização destas práticas e a apropriação do comportamento empresarial ficam nítidos no discurso do Entrevistado 3, acerca de sua atuação na área da dança, quando afirma que,

hoje, a gente tenta fazer como se fosse uma empresa né? Pra poder se manter...pra poder sobreviver. Porque eu digo bem assim: logo ali ia acabar. Porque uma hora não ia ter esse suporte, esse apoio...e aí acabou né? (ENTREVISTADO 3).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta maneira, a partir da análise estabelecida, pôde-se verificar que, apesar de não existir ainda uma forte presença mercadológica na cidade de Pelotas, os entrevistados percebem as alterações ambientais e sociais resultantes da redefinição do papel do Estado. Tal verificação se baseia na percepção de fatores como o aumento da competitividade, a autoresponsabilização e a redução do papel estatal no apoio ao cenário cultural, bem como a seus integrantes.

Além disso, pôde-se perceber também que o discurso acerca do empreendedorismo tem realmente apresentado uma grande influência sobre os atores investigados. Isto fica evidente pelo fato de os artistas e atores culturais ouvidos sentirem a necessidade de aliar técnicas e comportamentos tipicamente empresariais ao seu trabalho artístico. Soma-se a isso, ainda, a linguagem empresarial, que se torna cada vez mais frequente e naturalizada entre artistas e atores culturais. Desta forma, a partir do material levantado, é possível presumir que a figura do empreendedor cultural é, sim, uma realidade cada vez mais presente, inclusive no contexto cultural da cidade de Pelotas.

#### 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LOACKER, Bernadette. Becoming 'culturpreneur': How the 'neoliberal regime of truth' affects and redefines artistic subject positions. **Culture and organization**, United Kingdom, v. 19, n. 2, p. 124-145, 2013.

MINAYO, M.C. de S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 19.ed., Petrópolis: Vozes, 2001.

RODRIGUES, Marcio Silva. **O novo ministério da verdade: o discurso de VEJA sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil**. 2013. 410 f. Tese (Doutorado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

TAVARES, Larissa Ferreira. **Condenados a vencer: a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo**. 2014. 156 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.

---

<sup>2</sup> M.E.I.: Micro Empreendedor Individual.