



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE CULTURA, LINGUAGENS E TECNOLOGIAS
APLICADAS – CECULT
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM POLÍTICAS E GESTÃO
CULTURAL**

LUCIANO DOS REIS SANTOS

**AS ATIVIDADES DO FORTE DO BARBALHO COMO
EXPRESSÃO DA ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA**

Santo Amaro
2020

LUCIANO DOS REIS SANTOS

**AS ATIVIDADES DO FORTE DO BARBALHO COMO
EXPRESSION DA ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA**

v. 1

Trabalho de conclusão do curso apresentado ao Curso especialização em Políticas e Gestão Cultural do Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas – CECULT da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

Orientador:
Prof. Michel Fernandes da Rosa

Santo Amaro
2020

As atividades do Forte do Barbalho como expressão da Economia Criativa na Bahia ¹

Luciano dos Reis Santos

Resumo: O Forte do Barbalho é considerado como o Forte das Artes por sua expressiva produção na Economia Criativa na Bahia. Apresentam-se elementos da cultura como campo mais amplo do saber e suas interações antropológicas a partir da relação do homem com o seu meio, e dentre essas relações, a Economia Criativa. O trabalho se atenta a expressar em maior detalhe em como a produção de bens e serviços se dá no Forte. Para isso, foi aplicado um questionário para coleta de dados sobre a atuação dos permissionários para que amparasse a análise da fundamentação teórica do estudo, bem como dados oficiais. Por fim, uma discussão atual sob a ótica da Economia Criativa.

Palavras-chave: Economia Criativa; Forte do Barbalho; Produção de bens e serviços culturais

***Abstract:** Forte do Barbalho is considered as the Fort of the Arts due to its expressive production in Bahia's Creative Economy. Elements of culture are presented as a broader field of knowledge and its anthropological interactions between man's relationship with their environment, and among these relationships, the Creative Economy. The work tries to express in greater detail how the production of goods and services takes place at Forte do Barbalho. For this, a questionnaire was applied to survey performance data from the permission holders in order to support the theoretical foundation analysis of this study, as well as official data. Finally, a current discussion from the perspective of Creative Economy.*

Keywords: Creative Economy; Forte do Barbalho; Production of cultural and service goods

1. Introdução

Trata-se o presente texto do trabalho de conclusão do curso de especialização em política e gestão cultural, desenvolvido no Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas (CECULT) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Durante o desenvolvimento do referido curso percebeu-se que o termo cultura é bem mais complexo do que nos parecia inicialmente.

O campo da expressão artística é uma parte do que convencionamos chamar de cultura, e ainda dentro destas descobertas surge o termo contemporâneo Economia Criativa

¹ O trabalho originalmente apresentado tinha o seguinte título: Plano Estadual de Cultura: A Diretriz V da Economia da Cultura. Forte do Barbalho: Uma experiência exitosa. O referido trabalho foi apresentado à banca em sessão pública em 14 de fevereiro de 2020 e foi aprovado com necessidade de revisão.

ou Indústrias Criativas. Tal campo de estudo é igualmente um setor de desenvolvimento econômico e social. Serão abordados neste trabalho suas características transversais, plurais, integradas a vários setores que interagem na sociedade.

Percebemos no percurso dos debates, nos encontros em sala de aula que as políticas públicas elaboradas, continuadas ou não sobre este campo da cultura podem ter impacto de forma significativa na sociedade de modo qualitativo e quantitativo. Considerando o potencial da nossa constituição de sociedade diversa e miscigenada, há em nossa cultura uma distinta inteligência a ser explorada, seja nos setores criativos e suas expressões artísticas, seja nos costumes e composições societárias, de minorias ou de nativos.

O tema mostra-se relevante porque em nosso Estado, segundo informações de estudos do IPEA (2013) e pela SECULT/SEI (2010), aproximadamente 154,881 pessoas trabalham em atividades ligadas à Economia Criativa, sendo 36% destas oriundas da cidade de Salvador e região metropolitana que estão diretamente ligadas à Indústria Criativa em nosso estado. Tais indicadores expressam o potencial gerador de renda das atividades do campo da cultura que merecem apreciação e estudo.

Sendo assim, o destaque, estudo e ampliação de atores que promovem ou atuam diretamente para o desenvolvimento da Economia Criativa estão contribuindo para o desenvolvimento do estado da Bahia.

Por isso, iniciamos este trabalho contextualizando a discussão acerca do que é cultura, partindo de um pressuposto antropológico (LARAIA, 2001) para em seguida apresentar o percurso histórico do termo e a construção do pensamento na modernidade a respeito do tema.

Em seguida, trataremos discussões sobre a participação dos indivíduos como parte de uma cultura a ser experimentada como tecnologia social de construção de políticas, assim como o conceito antropológico que constitui o termo “cultura” construído a partir da interação social, percebemos que a forma de interação para uma construção das políticas estabelece um marco na sociedade que a experimenta. Consideramos que entre as ramificações culturais citadas por Laraia (2001) está a Economia Criativa. Sobre esta, apresentamos dados e estudos sobre o campo na Bahia, com potencial a ser desenvolvido através da implementação do seu Plano Estadual de Cultura, que foi construído através da tecnologia cultural de participação democrática, e por fim trazemos o exemplo do Forte do Barbalho como expressão prática de possibilidade de implementação e fortalecimento da Economia Criativa.

Dentre múltiplos eixos de discussão sobre os aspectos intelectuais e de produção da cultura no âmbito das políticas culturais estaduais estão: produção simbólica e diversidade cultural; cultura, cidade e cidadania; desenvolvimento sustentável; Economia Criativa, e gestão e institucionalidade da cultura (SOTO et al apud RUBIM, 2010 p.36). Porém serão tratados como objeto de estudo neste artigo, a Economia Criativa do Forte do Barbalho sob a ótica da produção, do trabalho, e questões sensíveis relacionadas aos seus permissionários.

Uma avaliação cuidadosa sobre a atuação, produção cultural, mapeamento de atividades, geração de renda, perfil e ocupação dos permissionários no Forte do Barbalho enquanto atores significativos da Economia Criativa, serão desenvolvidos neste artigo.

A primeira metodologia tem como base dados sobre a Economia Criativa no Brasil, sua expressão no estado da Bahia e dados estatísticos recentes de publicações anuais da Economia Criativa no âmbito nacional, bem como dados publicados pelo governo federal e estadual.

Em sequência, uma pesquisa de campo qualitativa e quantitativa com 38 questões objetivas aplicada via questionário aos permissionários do Forte com a finalidade de alcançar o objetivo proposto, cuidou dos aspectos gramaticais e sintáticos tendo em vista clareza no entendimento das questões para a análise dos dados sobre atividades profissionais, atuação no mercado, média salarial, tempo de permanência no Forte e formação profissional. Tais dados serão analisados sob a ótica da produção cultural e geração de empregos na Economia Criativa.

2. A cultura enquanto um objeto complexo: dimensão antropológica

A palavra cultura que conhecemos hoje é a sintetização de duas palavras de origens diferentes (LARAIA, 2001), que pode ser entendida como a conduta e os costumes de um povo. No final do século XVIII e princípio do século XIX, o termo Alemão *Kultur* era utilizado para descrever os aspectos espirituais de uma comunidade, e *Civilization* a palavra francesa referia-se às construções materiais de uma determinada sociedade. Quem os sintetizou sob argumentos antropológicos foi Edward Tylor (1832-1917) no vocábulo inglês *Culture*, que "tomado em seu amplo sentido etnográfico, é todo este complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes e qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade". Com a palavra *Culture* passamos

a definir várias possibilidades de realização humana, deixando de ser inata e transmitida por meio biológico.

Começa-se a observar o homem e seu pensamento como resultado do meio cultural em que foi socializado:

Ele é um herdeiro de um longo processo cumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas não são, pois, o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado do esforço de toda uma comunidade. (LARAIA, 2001; p.24)

Segundo este pensamento, não basta a natureza criar seus indivíduos, é necessário existir condições materiais para o exercício da criatividade, de modo que sua expressão quando sintetizada e exposta, torna-se revolução. Tendo como exemplo Santos Dumont (1873-1932) que segundo Laraia (2001), não teria se tornado o inventor do avião se não tivesse saído da sua cidade natal de Palmira no final do século XIX e se instalado em Paris. Foi a partir daquele local que acessou o conhecimento acumulado daquela cultura sobre o tema específico da aviação. Apesar de sua genialidade nata, o meio em que convivia não lhe permitiria realizar os feitos que realizou na França do século XIX. Segundo Laraia (2001), dada a sua genialidade talvez grandes invenções acontecessem, no entanto seriam de menor impacto para a humanidade. Da mesma forma Albert Einstein (1879-1955) não teria desenvolvido sua teoria se não estivesse inserido no contexto de experimentação científica.

Neste contexto destacamos a contribuição de Alfred Kroeber (1949):

1. A cultura, mais do que a herança genética, determina o comportamento do homem e justifica as suas realizações;
2. O homem age de acordo com os seus padrões culturais. Os seus instintos foram parcialmente anulados pelo longo processo evolutivo por que passou;
3. A cultura é o meio de adaptação aos diferentes ambientes ecológicos. Em vez de modificar para isto o seu aparato biológico, o homem modifica o seu equipamento superorgânico;
4. Em decorrência da afirmação anterior, o homem foi capaz de romper as barreiras das diferenças ambientais e transformar toda a terra em seu habitat;
5. Adquirindo cultura, o homem passou a depender muito mais do aprendizado do que a agir através de atitudes geneticamente determinadas;
6. Como já era do conhecimento da humanidade, desde o Iluminismo, é

este processo de aprendizagem (socialização ou endoculturação, não importa o termo) que determina o seu comportamento e a sua capacidade artística ou profissional;

7. A cultura é um processo cumulativo, resultante de toda a experiência histórica das gerações anteriores. Este processo limita ou estimula a ação criativa do indivíduo;

8. Os gênios são indivíduos altamente inteligentes que têm a oportunidade de utilizar o conhecimento existente ao seu dispor, construído pelos participantes vivos e mortos de seu sistema cultural, e criar um novo objeto ou uma nova técnica. Nesta classificação podem ser incluídos os indivíduos que fizeram as primeiras invenções, tais como o primeiro homem que produziu o fogo através do atrito da madeira seca; ou o primeiro homem que fabricou a primeira máquina capaz de ampliar a força muscular, como o arco e flecha etc. São eles gênios da mesma grandeza de Santos Dumont e Einstein. Sem as suas primeiras invenções ou descobertas, hoje consideradas modestas, não teriam ocorrido as demais. E pior do que isto, talvez nem mesmo a espécie humana teria chegado ao que é hoje. (LARAIA, 2001, p. 26)

Ou seja, tudo que o homem cria é assimilado junto aos seus e não por imposições culturais externas, sendo assim, correspondente à uma construção cultural. Nestes termos, o que tem perpetuado o conhecimento e que construímos em sociedade e civilização se dá, segundo Laraia (2001), por nossa forma de comunicação; a mesma que nos diferencia dos símios, a fala e a escrita, compõem nosso sistema civilizatório que propicia a retenção, propagação e crescimento do conhecimento da humanidade.

Assim sendo, a comunicação é um processo cultural. Mais explicitamente, a linguagem humana é um produto da cultura, mas não existiria cultura se o homem não tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema articulado de comunicação oral. (LARAIA, 2001, p. 28)

Contemplando o raciocínio de que a linguagem e a comunicação são inerentes ao processo cultural humano, podemos concluir que, um mesmo homem é produto e produtor da cultura na qual está inserido. Este pensamento se insere nas teorias modernas que apresentaremos na sequência, no intuito de sintetizar o pensamento sobre cultura. Chegamos a fronteira do homem que produz cultura, sendo também o produto da cultura ao qual está inserido.

A partir de numerosas formulações durante séculos sobre o entendimento do que é cultura, um consenso moderno sobre o conceito considera duas correntes teóricas definidas pelo antropólogo Roger Keesing: sistemas adaptativos e teorias idealistas da cultura.

A primeira delas comentada por Laraia (2001) se baseia no artigo "*Theories of Culture*" do antropólogo Roger Keesing que considera a cultura enquanto sistemas adaptativos, que funcionaria como instrumentos de padronização de comportamentos permitindo o indivíduo a adaptar-se a determinado estilo de vida, nos mais diversos aspectos da vida social.

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante." (LARAIA, 2001, p. 59)

Mudança cultural é primariamente um processo de adaptação equivalente à seleção natural. "O homem é um animal e, como todos animais, deve manter uma relação adaptativa com o meio circundante para sobreviver. Embora ele consiga esta adaptação através da cultura, o processo é dirigido pelas mesmas regras de seleção natural que governam a adaptação biológica." (B. Meggers, 1977 *apud* Laraia, p.59)

Segundamente, as teorias idealistas se desdobram em três subgrupos: o cognitivo, sendo um conjunto de conhecimento com objeto de adaptar o indivíduo aos padrões de uma sociedade; o estrutural, que considera a cultura como sistemas simbólicos criados pela consciência coletiva que dá sentidos e significados às ações humanas, e por último o simbólico, que molda comportamentos a partir da sistematização de normas ou leis.

A tecnologia, a economia de subsistência e os elementos da organização social diretamente ligada à produção constituem o domínio mais adaptativo da cultura. É neste domínio que usualmente começam as mudanças adaptativas que depois se ramificam. Existem, entretanto, divergências sobre como opera este processo. (LARAIA, 2001, p. 59)

Dentre estes elementos da organização social ligada à produção, podemos entender vários aspectos da vida humana, entre elas o surgimento do campo de estudo e prático das indústrias culturais e Economia Criativa. Podemos considerar inclusive ambas como ramificações da cultura aqui apresentada por Laraia que afirma que os sistemas culturais contam com componentes ideológicos sempre adaptativos como o sistema biológico humano, no controle da população de forma a manter este sistema ativo.

Os componentes ideológicos dos sistemas culturais podem ter consequências adaptativas no controle da população, da subsistência, da

manutenção do ecossistema etc. (LARAIA, 2001, p. 59)

Tais componentes estão disponíveis na medida que a construção ocorre através do sistema de comunicação e interação. Tomemos como exemplo o processo democrático de elaboração das políticas públicas em várias esferas da vida social. Os componentes ideológicos constituem amálgamas capazes de construir sistemas de leis e controles sobre a população, sejam de coerção ou estruturantes enquanto políticas públicas. Portanto, as teorias modernas apresentadas dentro deste conceito antropológico corroboram com a ideia de que cultura é inequivocamente participativa e construída sobre semelhantes preceitos democráticos, tendo como premissa a associação, liberdade de participação e interação entre os indivíduos.

Considerando a complexidade que o objeto cultura pode oferecer em termos de análise, foi optado por focar no presente trabalho dentre os muitos aspectos possíveis de serem abordados, qual seja, a cultura enquanto fonte de geração de riquezas materiais. Nesse sentido buscamos trazer para a discussão algumas aproximações entre o campo da cultura com o da economia, em especial a Economia Criativa e as indústrias culturais nesse contexto.

As indústrias criativas compreendem, entre outras, atividades relacionadas ao cinema, ao teatro, à música e às artes plásticas (BENDASSOLLI, 2009, p. 1). Analisando brevemente o surgimento do termo "indústrias criativas", que está associado a movimentos ocorridos a partir dos anos 1990 em alguns países industrializados; onde mudanças econômicas e sociais fizeram com que se deslocasse o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços (BLYTHE, 2001, p. 144-150). Levantam-se a partir desta proposição, quatro componentes principais que definem a indústria criativa.

O primeiro deles sendo a criatividade como elemento central, percebida como essencial para a geração de propriedade intelectual. O segundo deles é a cultura sendo tratada como objeto cultural. Objetos são definidos pela carga dos sentidos socialmente compartilhados que carregam, derivando seu valor de tal carga (GRISWOLD, 1987, p. 1077-1117). Tal valor se dá a partir da própria percepção que o consumidor tem daquele objeto, que estão além de suas propriedades físicas ou materiais (LASH et URRY, 1994; NEGRI et LAZZARATI, 2001).

O terceiro se dá na combinação da formação de valor criada pelo consumidor,

transformando este significado em propriedade intelectual e, portanto, em valor econômico. O conceito se desdobra em duas premissas, segundo NEGRI et LAZZARATTI, a primeira delas é que as cadeias produtivas imateriais predominam, em termos de relevância econômica, em um contexto pós-industrial marcado pela preponderância do setor de serviços e da economia de signos (LASH et URRY, 1994); e a segunda, é que o consumo de símbolos ou significados prevalece sobre o consumo de bens materiais, tais como eram produzidos e consumidos na sociedade industrial (BOLIN, 2005; BLYTHE, 2001; HARTLEY, 2005; LAWRENCE et PHILLIPS, 2002).

E por último, dá-se a confluência entre artes, negócios e tecnologia. De certo modo, essa convergência não é inédita, tendo sido observada pelos teóricos da Escola de Frankfurt, os quais cunharam o termo indústria cultural (ADORNO et HORKHEIMER, 1985). O próprio termos já aponta para um modelo de produção de bens materiais e intangíveis, que movimenta uma cadeia de agentes ao que se convencionou chamar de Economia Criativa.

3. Um breve histórico da ocupação criativa no Forte do Barbalho

O Forte do Barbalho que é propriedade da União, foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional como Patrimônio do Brasil desde 1957. Foi cedido ao Estado da Bahia na década de 80, para que promovesse, dentre outras medidas, a restauração e a preservação do monumento.

Um inquérito civil instaurado no ano de 1999 pelo Ministério Público Federal buscou apurar danos ao patrimônio histórico e cultural decorrentes do arruinamento, degradação e abandono do Forte do Barbalho a partir de uma matéria veiculada no jornal A Tarde, em dezembro de 1997, intitulada “*Fortes da Bahia resistem até ao abandono*”. (JUS BRASIL, 2012)

Em 2003, a diretora teatral, dançarina, criadora do Grupo Intercena e professora doutora da Escola de Dança/UFBA, Carmen Paternostro, montou o espetáculo “*O Evangelho Segundo Maria*”, que esteve em cartaz no Forte do Barbalho. Desta forma, sob a alta demanda da construção cenográfica e diversos outros elementos de produção cultural para esse espetáculo, se deu futuramente a permanência dos mesmos no equipamento. Segundo o cenotécnico oxum Jorge Cláudio Alves Freitas (Gringo Freitas), havia tanto trabalho que não justificava a retirada do maquinário de produção do Forte, pois estava sob

constante produção de cenários. Durante este período, o Teatro Castro Alves não possuía estrutura de montagem para atender a todas essas demandas ao mesmo tempo.

Em 2004, iniciou-se a produção para outro filme chamado "*Viva o povo brasileiro*" de João Ubaldo Ribeiro, que também ocuparam o Forte, e que durante todo este tempo continuava abandonado. O *Bahia Film Commission*, órgão então pertencente à Secretaria de Cultura e Turismo, teve como coordenador nos anos de 2007 a 2009 o ator e produtor Caco Monteiro que pensou em reunir os profissionais da área para criar um núcleo de artes lá mesmo dentro do Forte, uma vez que o mesmo permanecia ocioso. Iniciaram-se as cartas convite de ocupação no Forte pela Secretaria. A exemplo disto, está o Acervo de Figurino Boca de Cena que chega no Forte no ano de 2007 após realizar a produção de figurino para o filme "*O Jardim das Folhas Sagradas*" de Pola Ribeiro, recebeu o convite para ocupar o espaço.

O *Bahia Film Commission*, idealizado em 2007 e formalizado em maio de 2010, como agente facilitador para as atividades audiovisuais no Estado, que dava suporte e informações sobre locações de filmes, auxiliando na solução de problemas, bem como seu objetivo era divulgar a Bahia como destino de produções audiovisuais nacionais e estrangeiras. Facilitou o acesso a serviços e mão-de-obra locais, estabelecendo contatos estratégicos em diferentes pontos do Estado. De 2007 a 2011, a *Bahia Film Commission* atraiu mais de 150 produções, entre filmes, séries e outros conteúdos que difundem a Bahia mundo afora e que geraram um investimento de cerca de R\$ 25 milhões na economia do estado (FUNCEB). O Forte do Barbalho abrigou as produções dos filmes "*Capitães de Areia*", de Cecília Amado; "*Besouro Cordão de Ouro*", de João Daniel Tikhomiroff, filmado em Igatu, e "*Trampolim do Forte*", de João Matos, conforme citados no relatório anual de 2008 do SEPLAN. Hoje a comissão é integrada por diversas secretarias estaduais, além do Instituto de Radiodifusão Educativa na Bahia (IRDEB), da Secretaria de Comunicação Social, estando sediada na DIMAS. (FUNCEB).

Desde 2014, o escritório Bahia Criativa, sediado no Forte do Barbalho e administrado pela Secult, vem oferecendo gratuitamente capacitação e assessoria para produtores e agentes, com foco na gestão de micro e pequenos empreendimentos da área artística e cultural. O Bahia Criativa segue na contribuição do desenvolver de um ambiente sólido de

apoio aos projetos na área da Economia Criativa, de modo a atender às diretrizes do Plano Estadual de Cultura e às metas do Plano Nacional de Cultura (2017, p. 3).

4. Metodologia

Muito pouco se sabe sobre o conteúdo do Forte, no sentido de quem são os permissionários atuantes. Este questionário tentará levantar números reais das atividades criativas exercidas dentro do Forte estabelecendo uma tentativa de formalizar a publicação de alguns destes dados.

A primeira metodologia tem como base dados de uma pesquisa de campo qualitativa e quantitativa aplicada via questionário aos permissionários do Forte. Dados sobre atividades profissionais, tempo de atuação no mercado, média salarial, tempo de permanência no Forte, formação profissional e serão analisados sob a ótica da produção cultural e geração de empregos na Economia Criativa.

Segundamente, uma análise documental organizada de forma descritivo-interpretativa da trajetória histórica da ocupação no Forte pelos permissionários; sua relação direta com a Secretaria de Cultura e indireta com o IPHAN, sendo interpretados sob a ótica de atores atenuantes ou potencializadores de apoio fundamental para desenvolvimento dos permissionários do Forte enquanto capacidade produtiva. Foram utilizadas as seguintes fontes: relatórios técnicos; artigos publicados na mídia; relatórios anuais e publicações governamentais; teses de conclusão de curso; projetos em curso; e-mails e workshops de capacitação.

E por último, dados estatísticos recentes de publicação anual direcionadas à Economia Criativa no âmbito nacional, bem como dados publicados pelo governo federal.

5. Resultados e discussão

Relatórios da UNESCO (2008, 2010) apontam a economia criativa como impulsionadora do crescimento econômico capaz de ser uma alternativa para o desenvolvimento, por ter como matéria-prima base a criatividade e poder utilizar características culturais e sociais únicas de cada região do planeta como vantagens no desenvolvimento, características competitivas únicas na produção de bens e serviços.

Em países desenvolvidos como na Europa que a economia criativa se consolidou de modo expressivo, como exemplo de ter sido integrada com prioridade na Agenda Europeia 2020 como aponta o trecho abaixo:

Na Europa, a economia criativa gerou uma receita no valor de € 654 bilhões em 2003, aumentando 12% mais rapidamente do que a economia geral. A geração de emprego no setor cultural europeu geralmente cresce mais rapidamente do que em qualquer outro setor da economia. Atualmente, estima-se que as indústrias culturais e criativas contribuam com cerca de 2,6% do PIB total da União Europeia, proporcionando para cerca de cinco milhões de pessoas espalhadas por 27 Estados-Membros da União Europeia. A economia criativa se tornou um setor prioritário e estratégico para a Agenda Europeia 2020. (UNCTAD, 2010, p. 28-29)

Já no Brasil o orçamento público dedicado à cultura cresceu aproximadamente 16% no período de 2003 a 2013 (FINGUERUT, 2015, p.123), ao passo que a Europa demonstrou um crescimento de 12% em um único ano. Ainda que comparativamente o Brasil não vivencie a mesma celeridade, receita em proporção ao mercado Europeu, benefícios paralelos como a contratação de profissionais, bem como o nível salarial dos profissionais da área criativa se encontra bem acima do piso mínimo, tópico abordado em maior detalhe nas figuras 2 e 4.

O IPEA em sua descrição do Panorama da Economia Criativa no Brasil, classifica as Indústrias Criativas em quatro grandes grupos (IPEA, 2013, p.13): Patrimônio, Arte, Mídia, e Criações funcionais, que por sua vez são divididos em 9 partes conforme a figura abaixo:

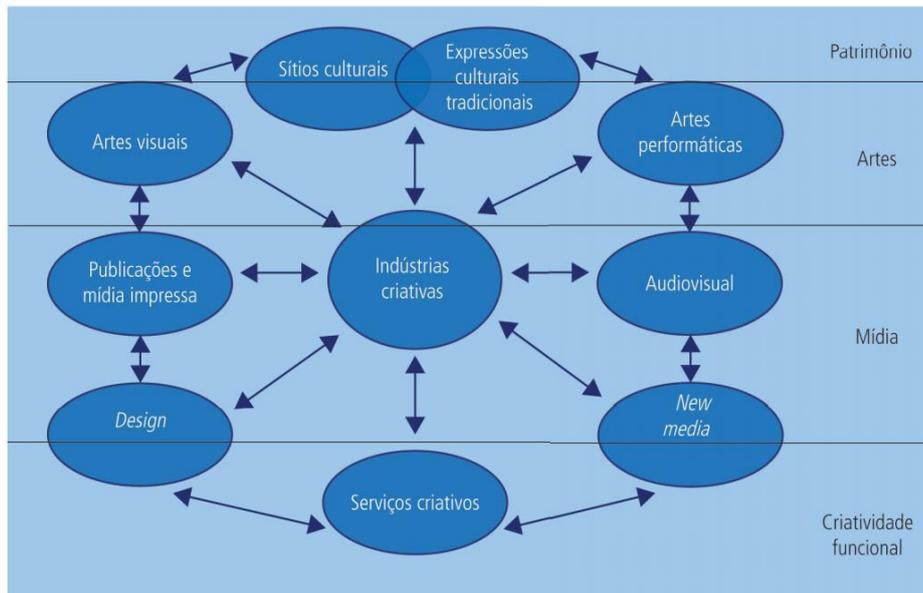
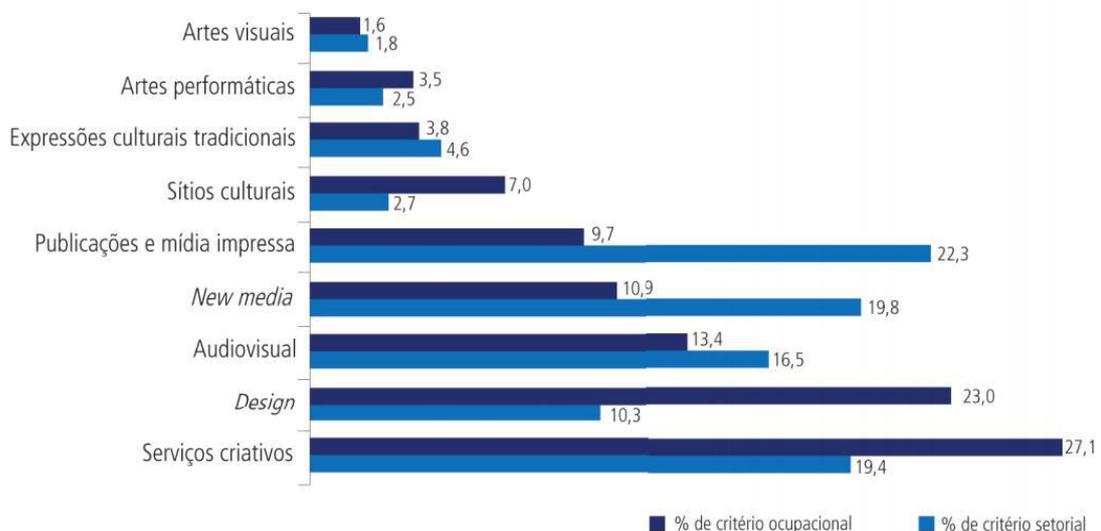


Figura 1: Modelo de Indústrias Criativas
 Fonte: IPEA 2013 p. 18 apud SECULT/SEI 2010

Segundo informações contidas no relatório do IPEA (2013, p.23), os levantamentos e a distribuição de empregos formais apontados nas áreas das categorias levantadas acima tiveram como segmentos de maior empregabilidade foram publicações e mídia impressa; *New Media*; serviços criativos e audiovisuais.

Para o entendimento do quadro abaixo, é importante ressaltar que o critério ocupacional está diretamente ligado à atividade fim do setor; enquanto o critério setorial se refere aos empregos de suporte ao campo, ainda que não necessariamente estejam atuando no campo da criatividade, no entanto são gerados por estes grupos.



Fonte: Rais.
 Elaboração dos autores.

Figura 2: Distribuição do emprego formal por área da economia criativa: critério ocupacional versus setorial (em %)

Fonte: IPEA 2013 apud Rais (2010)

No Brasil, há uma diferença quantitativa de procura e oferta de mão de obra de profissionais da área criativa e há ainda, uma concentração nos grandes centros metropolitanos no sudeste do país. São Paulo representando a área de maior concentração com 80 mil trabalhadores, Rio de Janeiro com 10 mil trabalhadores, seguido com mesmo número em Belo Horizonte, Curitiba, Brasília e Campo Grande. Vale lembrar que segundo a RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), os salários dos trabalhadores da área criativa estão em média acima dos valores dos trabalhadores formais. Na figura 3 abaixo podemos observar como se dá a concentração espacial dos trabalhadores criativos no Brasil.

O relatório aponta ainda que a mudança de empresa não modifica negativamente os rendimentos, há uma manutenção de valores de acordo os postos de trabalho não dependendo da política salarial da empresa e sim, do tipo de trabalho realizado, característica importante para o setor criativo.

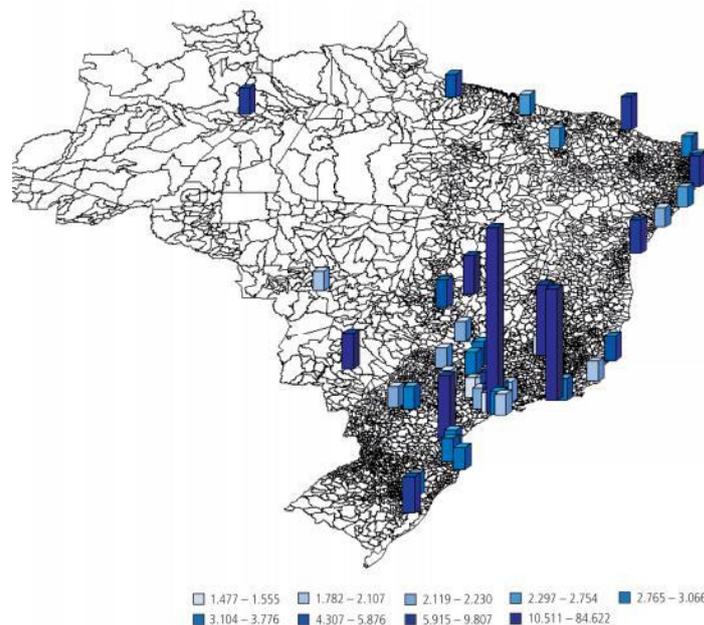


Figura 3: Brasil: distribuição espacial dos trabalhadores criativos: recorte ocupacional

Fonte: IPEA 2013 apud SECULT/SEI 2010

Segundo dados do último censo atualizado e disponível pela SECULT/SEI (2010) da figura acima, mostram que 154.881 profissionais na Bahia que ocupam o setor da economia criativa, tem rendimento médio salarial de R\$1.428,00 per capita no estado, e de R\$1.994,00 em Salvador. Ainda que desatualizados refletem um número expressivo de

profissionais ativos na economia do estado. Destas 78.933 pessoas que recebem até um salário mínimo, aproximadamente 51% do total dos trabalhadores em Salvador com 20.928 indivíduos é igual a 13%, sendo 56.327 recebem entre 1 e 3 salários representando 36% do número total de trabalhadores em Salvador nesta mesma faixa de 3 salários são 27.820 profissionais igual 18%, demonstrando uma concentração dos postos de trabalho no setor criativo com prevalência disparada entre 1 e 3 salários mínimos e apenas 12% entre 3 e 20 salários mínimos.

Com contratos registrados na carteira de trabalho há 62.795 profissionais, ou 40% do número total destes 34.897 em Salvador. Dos 57.672 autônomos, 18.623 residem em Salvador. São 99.223 profissionais do sexo masculino, 66.433 profissionais do sexo feminino, 46.667 declarados brancos, 29.350 declarados pretos, 86.147 declarados pardos, 74.482 possuem ensino médio e superior incompleto, 25.503 com superior completo, 63798 trabalham entre 30 e 40 horas semanais, 37.479 trabalham entre 40 e 50 horas semanais. Um dado que chama a atenção é a faixa etária é de 20 a 60 anos dos trabalhadores, é um setor que mantém seus profissionais ativos por um longo período.

Interessante notar os dados publicados em 2019 que se referem a pesquisa de 2015 a 2017 apresentados pela FIRJAN que demonstram a capacidade e o potencial gerador de valor da Economia Criativa no país. A média salarial na Bahia que era de três salários mínimos para o setor, mais que dobrou ultrapassando a casa dos R\$ 6.000,00 mensais, ou seja, mais de 100% de aumento médio em menos de uma década. Este número merece destaque, mesmo que sem a ampliação de acesso aos dados não disponíveis nos estudos anteriores da mesma entidade. Outra constatação vantajosa, é a média de ganho nas capitais com menor valor per capita que ultrapassou em mais de três vezes o salário mínimo. Um indicador expressivo do potencial gerador de renda das cadeias criativas.

No entanto, persiste a concentração das cadeias da Economia Criativa no Sudeste do país e nas capitais como aponta a figura 4 a seguir:

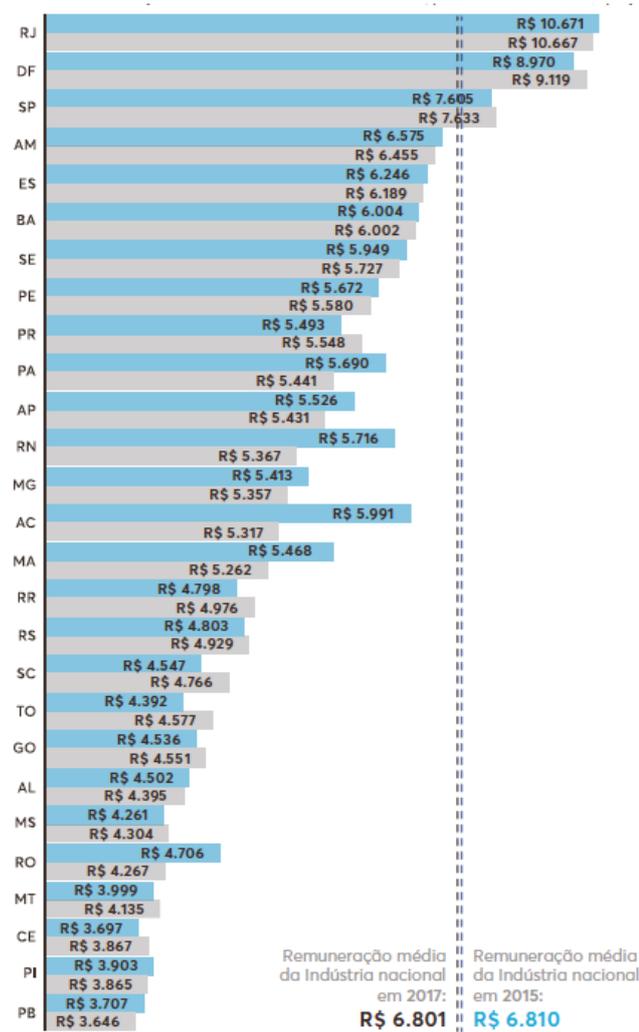


Figura 4: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado – 2015 e 2017 (a preços de 2017) Nota: valores de 2015 a preços de 2017 (deflator: IPCA/IBGE)
Fonte: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2019, p. 37)

Ainda que a figura acima demonstre concentração de renda na região Sudeste, sugere que estados do Nordeste como Bahia e Sergipe, e do norte como Amazonas se aproximaram segundo estes dados da remuneração média do grande centro São Paulo. Outro dado relevante é que a Paraíba, estado que menos remunera os profissionais criativos ainda sim é acima da realidade da grande maioria da população brasileira, segundo os dados, a remuneração média dos profissionais criativos na Paraíba é de R\$ 3.646,00.

Na Bahia, segundo estudos da FIRJAN, a economia criativa contribui com 1% do PIB estadual em 2017. De acordo com a Infocultura, publicação oficial da Secretaria de Cultura do Estado em sua última edição disponível de 2010 a Bahia contribui com 0,99% dos ocupados no segmento criativo no Brasil, e na Bahia em números absolutos o setor criativo corresponde por 2,91% ficando atrás apenas da construção civil com 7,59%, ainda

com informações do Infocultura, em sua maioria 33,09% dos ocupados no setor são da artes cênicas e outras atividades artísticas, 30,45% em audiovisual, música e mídias interativas e 17,07% das criações funcionais. Estes dados reforçam o estudo deste artigo por revelar a importância econômica do setor criativo na Bahia na Bahia sendo o segundo maior mercado de ocupação segundo Infocultura.

Dos permissionários ocupantes no Forte, 65% responderam ao questionário adotado nesta pesquisa de campo, 77% dos permissionários tem entre 40 e 50 anos de idade, 46% estão no Forte desde 2013 e 23,1% desde 2008 ocupando salas como permissionários, a figura abaixo corresponde às atividades desenvolvidas por estes permissionários:

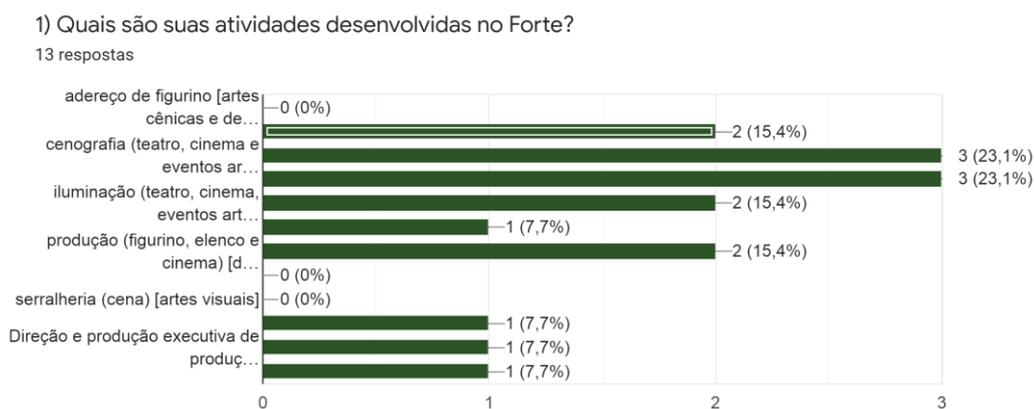


Figura 5: Gráfico das atividades desenvolvidas pelos permissionários do Forte
Fonte: Pesquisa do autor

Dentre as atividades profissionais, a maioria se associa às artes visuais: cenografia e iluminação predominando com 23,1 %; 15% ligadas a produção de figurinos, elenco e produção cultural em geral e, 7% ligados a direção e produção executiva de projetos culturais. Percebe-se aqui a produção de bens materiais é exclusivamente oriunda de processos criativos, portanto, atividades pertencentes a Economia Criativa.

A quantidade de profissionais e especificação das áreas de atuação estão representadas nas figuras 6, 7 e 8 abaixo com dados de projetos de diversos portes desenvolvidos e realizados nas dependências do Forte. Podem circular de 1 até 65 profissionais contratados por projeto, que neste caso, complementaríamos dados de atualização

da estatística apresentadas no último Infocultura publicado em 2010. O tempo de contratação varia de acordo com o escopo de realização do projeto, onde os autônomos cadastrados no sistema MEI (microempreendedor Individual), segundo informações dos permissionários, participam das produções e projetos durante todo o ano.

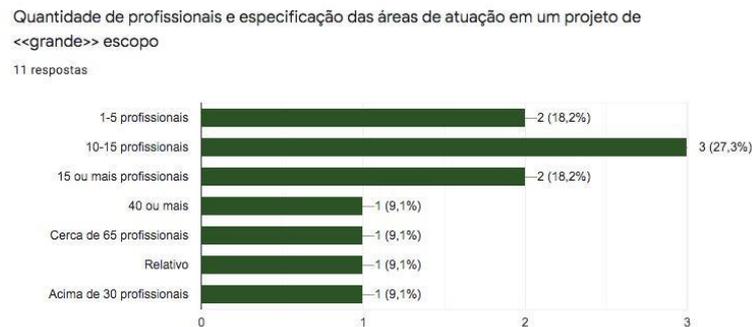


Figura 6: Quantidade de profissionais e especificação das áreas de atuação em projetos de grande porte
Fonte: pesquisa do autor

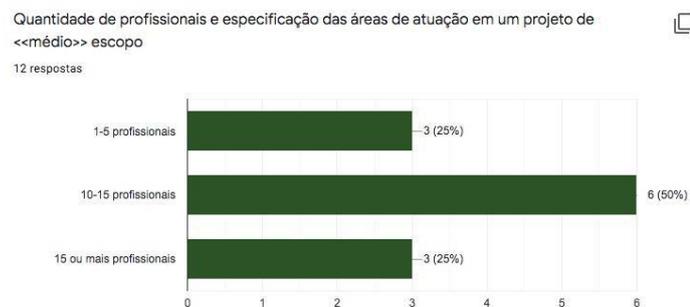


Figura 7: Quantidade de profissionais e especificação das áreas de atuação em projetos de médio porte
Fonte: pesquisa do autor



Figura 8: Quantidade de profissionais e especificação das áreas de atuação em projetos de pequeno porte
Fonte: pesquisa do autor

É correto afirmar que, o escopo de um trabalho está diretamente ligado à dimensão física da execução do objeto a ser construído. Para o palco de um teatro com 200 lugares, uma equipe considerada de pequeno porte de até 5 profissionais será suficiente para a montagem de um cenário já existente; porém já um anfiteatro com capacidade para 4.000 pessoas, é possível que uma dezena de profissionais de montagem não seja o suficiente. Uma produção de grande porte requer a contratação de profissionais experientes, com habilidades no manuseio de ferramentas diversas e dos elementos de palco (cortina, bambolina, rotunda, etc.), sendo tão importante quanto o número de profissionais envolvidos. A habilidade destes e suas bagagens na área criativa contam como diferencial competitivo nas contratações; quando a entrega do objeto imaginado tem grande fidelidade ao produto entregue.

A seguir, o enquadramento de atividades profissionais no Forte pela figura 9 abaixo, estão relacionadas com as áreas de atuação descritas pela UNCTAD da figura 1 deste artigo. Os permissionários do Forte se identificam em maioria como pertencentes às artes cênicas, embora suas atividades se relacionam com outros campos. Não houve denominação na área de criações funcionais.

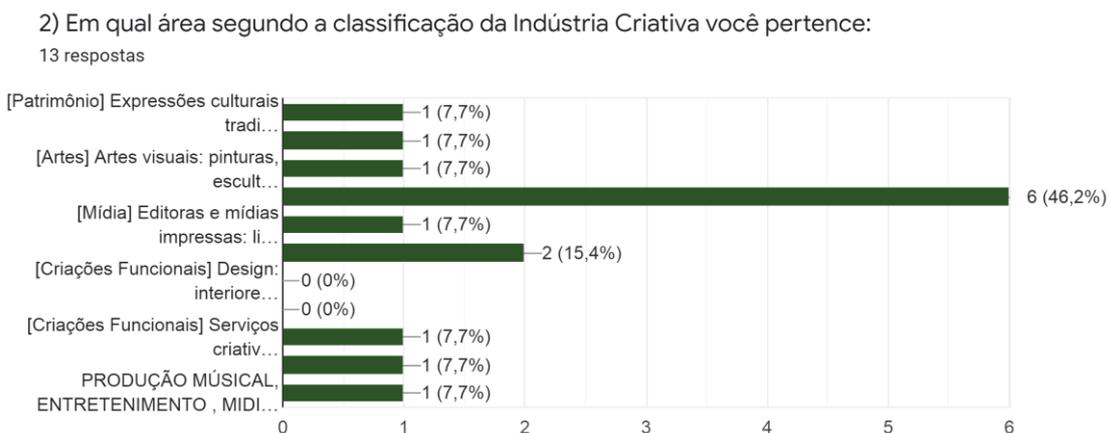


Figura 9: Classificação da Indústria Criativa segundo Unctad
Fonte: pesquisa do autor

Como exemplo de sustentabilidade, está o depoimento de Maurício Martins do acervo de figurino Boca de Cena que realiza há 3 anos em convênio com a Prefeitura de Itaparica a produção de figurino da peça *Paixão de Cristo*. O *Auto de Natal* também é outra produção que teve sua realização consecutiva nos anos de 2017 e 2018. O acervo de figurino

Boca de Cena participa também de inúmeras produções cinematográficas entre outras, oferecendo apoio na produção de figurinos.

Para ilustrar uma produção de grande escopo e, ao mesmo caracterizar a sustentabilidade da produção cultural no Forte das Artes, foi realizada recentemente pelo permissionário Gringo Freitas, enquanto coordenador de cenotecnia e João Teixeira como cenógrafo assistente, a primeira ópera negra baiana no Teatro Castro Alves, em Salvador no mês novembro de 2019 em sua segunda edição. A “*Ópera Lídia de Oxum*” que reuniu 164 artistas no palco - sendo 75 músicos da Orquestra Sinfônica da Bahia, 60 coristas e 20 bailarinos, foi patrocinada pelo Governo da Bahia. Somente na produção e logística do cenário, foram envolvidas equipes de serralheria, carpintaria, cenotecnia, montagem e desmontagem somando um total de 29 profissionais conforme consta no programa da mesma. A contratação dos dois permissionários do Forte foi uma decisão estratégica por parte da produção da ópera que informou os mesmos sobre esta divisão. O trabalho levou cerca de 21 dias para finalização, com cenografia dimensionada em aproximadamente 7 metros de altura por 15 metros de comprimento. Muitas produções do Teatro Castro Alves incluem a contratação dos permissionários do Forte como parceiros de produção por seus currículos altamente qualificados, e também por sua estratégica localização na cidade, afirma Gringo Freitas.

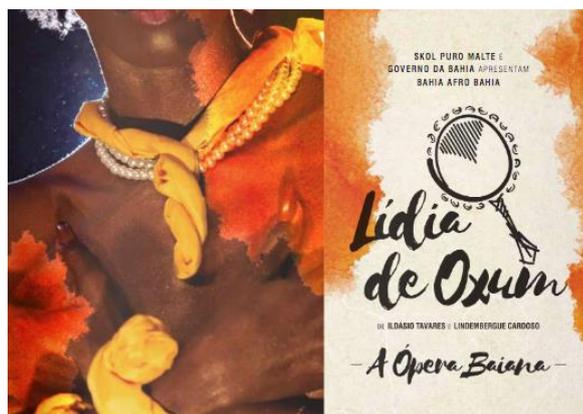
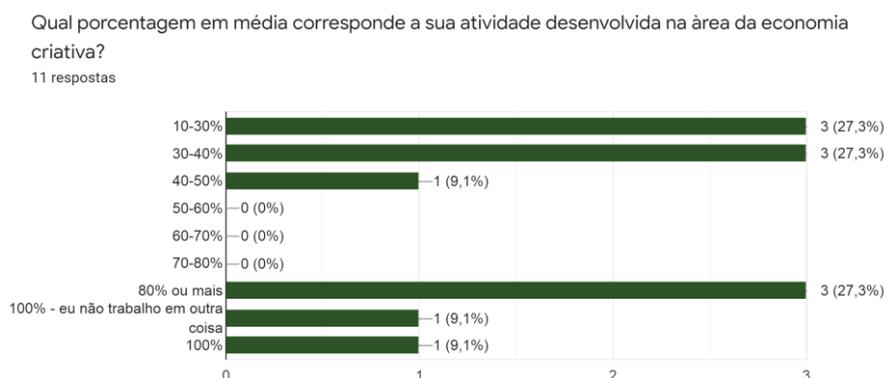


Figura 10: Ilustração da capa do programa da Ópera Lídia de Oxum (2019)
Fonte: Calameo

Quando perguntados sobre o valor médio correspondente a renda obtida através do Forte, encontramos que 54,6% dos permissionários obtém de 40-100% da sua renda oriundas às atividades ligadas à Economia Criativa. A remuneração média dos contratados e permissionários estão na faixa entre 3 e 5 salários mínimos, reforçando os dados encontrados

nos relatórios da FIRJAN e Infocultura aqui já citados anteriormente. Por solicitação dos



entrevistados não apresentamos aqui os gráficos relativo aos rendimentos. O estudo não pesquisou a origem das outras fontes de renda para além do Forte.

Figura 11: Porcentagem correspondente a atividade desenvolvida na área da economia criativa
Fonte: pesquisa do autor

4. Considerações finais

Este estudo buscou analisar a atuação dos permissionários do Forte do Barbalho sob a ótica da Economia Criativa, onde as informações encontradas ao longo da pesquisa expõem uma cadeia de pleno desenvolvimento da produção de bens e serviços culturais. Fundamentado na teoria da cultura e das relações entre indivíduo e sociedade, os permissionários são considerados como produto e produtor do seu meio, gerando cultura a partir da disposição das suas tecnologias sociais locais, e que desta forma, originam negócios culturais e criativos sustentáveis. Dentre os permissionários ocupantes deste patrimônio histórico, que fazem uso deste como equipamento cultural gerido pela Secretaria do Estado, transformaram o significado do espaço para o Forte de Serviços Criativos.

Ainda que não haja visibilidade da atuação dos profissionais do Forte na mídia, ou da realização de projetos em curso capazes de explorar o potencial de suas competências, é comprovada e significativa sua participação na produção da Economia Criativa do Estado.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

Bahia Criativa Balanço das Ações 2014-2016. 2017. Disponível em: <http://www.bahiacriativa.ba.gov.br/wp-content/uploads/2017/12/Bahia-Criativa-Balan%C3%A7o-das-a%C3%A7%C3%B5es-2014-2016.pdf>

Bahia Film Commission. Fundação Cultural do Estado da Bahia. Disponível em: <http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=4956>

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades.** Rev. adm. empres., São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, mar. 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=pt&nrm=iso>.

BLYTHE, M. **The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries.** JADE, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.

BRASIL. **Plano Nacional de Cultura. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.** Disponível em: <<http://pnc.culturadigital.br/>>.

GRISWOLD, W. **The fabrication of meaning: literary interpretation in the United States, Great Britain, and the West Indies.** *American Journal of Sociology*, v. 92, n. 5, p. 1077-1117, 1987.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios Contínua Mensal.** Janeiro 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=quadro-sintetico>

IPAC. **Obras devem transformar Forte do Barbalho em centro cultural.** Disponível em: <http://www.ipac.ba.gov.br/noticias/obras-devem-transformar-forte-do-Barbalho-em-centro-cultural>

TD 1880 - Panorama da Economia Criativa no Brasil – IPEA 2013. Texto para discussão. - Brasília: Rio de Janeiro: Ipea, 1990 - ISSN 1415-4765 1. Brasil. 2.Aspectos Econômicos. 3. Aspectos Sociais. CDD 330.908 Disponível em: http://ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&id=20292

KROEBER, Alfred 1949. "**O superorgânico**", in Donald Pierson (org), **Estudos de organização social**, São Paulo, Livraria Martins Editora, 1950.

Mapeamento Da Indústria Criativa No Brasil. Firjan.com.br, Senai, Feb. 2020. Disponível em: www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf.

NEGRI, A; LAZZARATO, A. **O trabalho imaterial.** Rio de Janeiro: DPA, 2001.

LARAIA, Barros. **Cultura: um conceito antropológico** 14.ed. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2001.

PEREIRA, DAYANE. **Programa Lídia De Oxum Virtual.** 2019. Disponível em: <https://pt.calameo.com/read/004224982116e562ea94b>

Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações. 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. 156 p.

Programa Nacional de Economia da Cultura. Brasília: Ministério da Cultura, 2016.

Disponível em: <[http://](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATO%CC%81RIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6?version=1.0)

www.cultura.gov.br/documents/10883/1337477/PROGRAMA+NACIONAL+DE+ECONOMIA+DA+CULTURA_PNEC_RELATO%CC%81RIO+FINAL.compressed.pdf/8b6dec76-9a6c-4992-acaf-b11e2e94e6a6?version=1.0

RUBIM, ANTONIO ALBINO CANELAS **Políticas culturais no Brasil: tristes**

tradições. Galáxia. 2007, (13), 101-113. ISSN:. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641239008>

SOTO CECÍLIA; CANEDO DANIELE; OLIVEIRA GLEISE; SALGADO JÚLIA apud RUBIM, ANTONIO ALBINO CANELAS **Políticas culturais no governo Lula - A Conferência Nacional de Cultura Bahia 2010.** Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/525/6/Políticas%20culturais%20governo%20lula.pdf#36>

TYLOR, Edward. **Primitive Culture.** New York, Londres, John Mursay & Co., Nova Harper Torch book, 1958.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento.** – Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. ISBN 978-85-7979-035-5. Disponível em: https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf