

# Criatividade e Instituições

Novos desafios à vida dos artistas  
e dos profissionais da cultura

Vera Borges

Pedro Costa

(organizadores)

ICS







# **Criatividade e Instituições**

**Novos desafios  
à vida dos artistas  
e dos profissionais da cultura**

**Vera Borges  
Pedro Costa**  
(organizadores)

ICS

Imprensa  
de Ciências  
 Sociais

# Imprensa de Ciências Sociais



## Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa

Av. Prof. Aníbal de Bettencourt, 9  
1600-189 Lisboa – Portugal  
Telef. 21 780 47 00 – Fax 21 794 02 74

[www.ics.ul.pt/imprensa](http://www.ics.ul.pt/imprensa)  
E-mail: [imprensa@ics.ul.pt](mailto:imprensa@ics.ul.pt)

*Instituto de Ciências Sociais – Catalogação na Publicação*  
Criatividade e instituições : novos desafios à vida dos artistas  
e dos profissionais da cultura / orgs. Vera Borges, Pedro Costa. - Lisboa : ICS.  
Imprensa de Ciências Sociais, 2012  
ISBN 978-972-671-291-6  
CDU 316.7



*Capa e concepção gráfica:* João Segurado  
*Revisão (português):* Levi Condinho  
*Revisão (inglês):* Richard Wall  
*Impressão e acabamento:* Gráfica Manuel Barbosa & Filhos  
*Depósito legal:* 339279/12  
*1.ª edição:* Fevereiro de 2012

# Índice

Os autores .....	13
Apresentação .....	19
Introdução	
<b>Dinâmicas de organização do sector cultural e criativo, reputação e carreiras artísticas</b> .....	21
<i>Vera Borges e Pedro Costa</i>	
<b>Parte I</b>	
<b>Artistas, reputação e mercados de trabalho</b>	
Capítulo 1	
<b>Minimum income requirements of creative artists: some empirical results</b> .....	37
<i>David Throsby e Anita Zednik</i>	
Capítulo 2	
<b>Talent and inequalities: what do we learn from the study of artistic occupations?</b> .....	49
<i>Pierre-Michel Menger</i>	
Capítulo 3	
<b>Mercado, formação e sucesso: actores e bailarinos entre persistência e desilusão</b> .....	77
<i>Vera Borges e Cícero Roberto Pereira</i>	

## **Parte II**

### **A criatividade no seu contexto: dinâmicas institucionais e territoriais**

#### Capítulo 4

**The microeconomics of public choice in developing economies:  
a case study of one Mexican village . . . . . 97**

*Tyler Cowen*

#### Capítulo 5

**Do musical ao profissional (ida e volta). Experiências artísticas  
e profissionais nas músicas *rap* e electrónicas . . . . . 111**

*Morgan Jouvenet*

#### Capítulo 6

**O meio urbano e a génese da criatividade nas actividades  
culturais . . . . . 121**

*Pedro Costa, Bruno Vasconcelos e Gustavo Sugahara*

## **Parte III**

### **Novos desafios e dilemas na organização do sector criativo**

#### Capítulo 7

**Incentivos e direitos dos autores que trabalham em televisão:  
reflexões sobre a evolução das formas de remuneração  
dos autores no tempo do digital . . . . . 153**

*Françoise Benhamou*

Capítulo 8	
<b>A propriedade intelectual e o novo paradigma de organização do <i>cluster</i> da música: motivações dos agentes e criatividade . . . . .</b>	<b>161</b>
<i>Pedro Costa, Nuno Têles e Bruno Vasconcelos</i>	
Capítulo 9	
<b>Dilemas económicos e desafios organizacionais nas artes performativas: uma análise empírica das estruturas teatrais apoiadas na região de Lisboa e Vale do Tejo . . . . .</b>	<b>183</b>
<i>Vera Borges, Pedro Costa e Susana Graça</i>	
Conclusão	
<b>E agora? Perspectivas para desenvolvimentos futuros . . . . .</b>	<b>203</b>
<i>Vera Borges e Pedro Costa</i>	



# Índice de quadros e gráficos

## Quadros

1.1	Artists' minimum income requirements: Australia, 2009. . . . .	39
1.2	Descriptive statistics . . . . .	41
1.3	Determinants of time spent on non-arts work for artists with and without income shortfall. . . . .	42
1.4	Determinants of the absolute level of minimum income required to meet basic living costs . . . . .	45
3.1	Correlações entre os indicadores de ligação dos artistas ao mercado de trabalho e as características dos artistas. . . . .	86
3.2	Análise das componentes principais aplicada aos indicadores de ligação dos artistas ao mercado de trabalho . . . . .	87
3.3	Resultados dos modelos de regressão . . . . .	88
9.1	Listagem das estruturas analisadas . . . . .	188
9.2	Tipos de diferenciação das estruturas teatrais na região de Lisboa e Vale do Tejo e respectivas tipologias de classificação. . . . .	193
9.3	Desafios à sustentabilidade das estruturas e à actuação pública . . . . .	199

## Gráficos

6.1	Aglomeração e criatividade nas actividades culturais . . . . .	142
9.1	Apoios ao teatro em 2010 . . . . .	189
9.2	Criação/reposição de espectáculos de teatro realizados em 2009 . . . . .	190
9.3	Número de espectadores de teatro em 2009 . . . . .	190
9.4	Distribuição das apresentações por tipo de espaço de teatro em 2009 . . . . .	191
9.5	Distribuição da formação de teatro realizada em Lisboa e Vale do Tejo por categoria de destinatários em 2009 . . . . .	191



## Os autores

**Anita Zednick** (Macquarie University – Sydney). Actualmente, desenvolve a sua tese de doutoramento em torno da análise das dinâmicas subjacentes à procura dos bens artísticos, em particular a música, à luz dos principais contributos da economia cultural e do comportamento. A sua tese apoia-se nestas três vertentes de análise – economia, cultura e comportamento – e examina o quanto a teoria e a pesquisa empírica sobre a «construção» do gosto pelas artes e o consumo das artes podem contribuir para explicar as alterações na procura dos bens artísticos. A sua investigação é orientada por David Throsby e William Bryant na Macquarie University, em Sydney.

**Bruno Vasconcelos** (DINÂMIA/CET-Instituto Universitário de Lisboa). Licenciado em Sociologia e Planeamento (ISCTE), é membro associado do DINÂMIA-IUL. No âmbito do seu trabalho neste centro, participou em vários projectos de investigação aplicada, sob a direcção de Pedro Costa, como por exemplo: «Estratégias para a Cultura em Lisboa» (2008/2009) e «CreatCity: A governance culture for the Creative City – Urban Vitality and International Networks», projecto financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, 2007-2010. Os seus interesses na investigação organizam-se nas áreas da sociologia da cultura e da economia criativa, cidades criativas, *copyright* e indústria musical, em particular, Indie Music. É co-autor de vários artigos publicados, por exemplo, no *Norwegian Journal of Geography* (Oslo).

**Cícero Roberto Pereira** (Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa). Estudou na Escola Estadual de Patos (CEPA), formou-se em Psicologia Psicanalítica e obteve mestrado em Psicologia Social na Uni-

versidade Federal da Paraíba (UFPB). É doutorado em Psicologia Social Experimental pelo Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) com uma tese sobre a relação entre o preconceito e a discriminação em contextos antipreconceito. Desenvolveu estudos pós-doutorais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, onde actualmente é investigador auxiliar. Os projectos que tem em curso analisam o papel da legitimação da discriminação no âmbito das relações sociais decorrentes de processos migratórios em diferentes contextos normativos. Especificamente, analisa o modo como diferentes tipos de justificações são usados pelos actores sociais para legitimar acções e políticas discriminatórias contra grupos minoritários nas sociedades democráticas contemporâneas. Numa outra linha de pesquisa, estuda a aplicação de modelos estatísticos à teoria da medida e ao teste de modelos teóricos em Ciências Sociais.

**David Throsby** (Macquarie University – Sydney). Reconhecido pelo seu trabalho no domínio da economia da arte e da cultura, é professor de Economia na Macquarie University, em Sydney. Fez os seus estudos na Universidade de Sydney e terminou o seu doutoramento na London School of Economics. O seu livro *The Economics of the Performing Arts* (1979), em co-autoria com Glenn Withers, tornou-se uma obra de referência. Mas desenvolve a sua investigação em torno de problemáticas mais amplas como a importância dos artistas na economia, a economia da intervenção pública nos mercados artísticos, o desenvolvimento cultural, a política cultural e a sustentabilidade dos processos culturais. Publicou *Economics and Culture* (Cambridge University Press, 2001), co-editou com Victor Ginsburgh o livro *Handbook of the Economics of the Arts and Culture* (Elsevier/North-Holland, 2006) e com Michael Hutter publicou *Beyond Price: Value in Culture, Economics, and the Arts* (Cambridge University Press, 2008). Em 2010, publicou *The Economics of Cultural Policy* (Cambridge University Press). É autor de inúmeros artigos publicados em revistas da especialidade e escreve com regularidade no *Times Literary*.

**Françoise Benhamou** (CEPN – Université Paris III – Villetaneuse). Reconhecida pelos seus trabalhos de investigação em economia da cultura, publicou *L'économie du Star System* (éd. Odile Jacob, 2002), *L'économie de la culture* (La Découverte, 1996). Com E. Archambault, J. Lallement e M. Kaspary, publicou *L'évolution des libraires et le prix unique du livre* (La Documentation française, 1987) e com D. Sagot Duvaouroux e N. Moureau publicou *Les galeries d'art contemporain en France. Portrait et enjeux face à la mondialisation* (La Documentation française, 2001). Actualmente, é pro-

fessora na Universidade Paris XIII e presidente da ACEI (Association for Cultural Economics International). Participa no Conselho Científico do Instituto Nacional do Património em França, no comité editorial do *Journal of Cultural Economics*. Desenvolve um estudo sobre os modelos económicos do livro em França e no estrangeiro, encomendado pelo Departamento de Estudos (Deps) do Ministério da Cultura.

**Gustavo Sugahara** (DINÂMIA/CET-Instituto Universitário de Lisboa). Licenciado em Economia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil) e mestre em Economia e Políticas Públicas no ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. É membro associado do DINÂMIA-IUL, onde participou em vários projectos de investigação aplicada, sob a direcção de Pedro Costa. Destaca-se, nomeadamente, o projecto «GreatCity: A governance culture for the Creative City – Urban Vitality and International Networks», projecto financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, e que decorreu entre 2007 e 2010. Os seus interesses na investigação organizam-se nas áreas das Indústrias Criativas e Actividades Culturais, Economia Social e Processos de Envelhecimento. É co-autor de vários artigos publicados, por exemplo, no *Norwegian Journal of Geography* (Oslo).

**Morgan Jouvenet** (Laboratoire Printemps – CNRS/Université Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines). Especialista no estudo das músicas ditas «actuais», é doutorado em Sociologia pela École de Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS – Paris), onde defendeu uma tese sobre estes domínios artísticos e profissionais. É autor do livro *Rap, techno, électro... Le musicien entre travail artistique et critique sociale* (2006), conta com diversos artigos publicados e a co-organização de números temáticos. Investiga as mudanças estilísticas introduzidas por estas músicas «actuais» como também as transformações recentes da organização do trabalho de produção musical. O autor mostra como a renovação das «figuras» do músico marcam um movimento cultural mais amplo. Actualmente é bolsheiro de investigação no CNRS (no Laboratoire Printemps) e continua o seu trabalho de pesquisa sobre os mundos profissionais, debruça-se sobre a organização do mundo científico, em particular promovendo uma abordagem sociológica das nanociências e da nanotecnologia.

**Nuno Teles** (DINÂMIA/CET-Instituto Universitário de Lisboa). É licenciado em Economia pelo ISEG, mestre em Economia Internacional pela Université Paris XIII e, actualmente, doutorando em Economia na

School of Oriental and African Studies, Universidade de Londres. Os seus interesses na investigação orientam-se para a propriedade intelectual, as questões de desenvolvimento e a financiarização da economia. É membro do grupo de investigação Research on Money and Finance, tendo participado na redacção colectiva de vários relatórios dedicados à crise europeia, sendo o último intitulado «Breaking up? A route out of the Eurozone Crisis» (Lapavitsas *et al.* 2011). É co-autor do blogue «Ladrões de Bicicletas».

**Pedro Costa** (DINÂMIA/CET-Instituto Universitário de Lisboa). Professor auxiliar do Departamento de Economia Política do ISCTE-IUL e investigador do DINÂMIA/CET (Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território), do qual é actualmente vice-presidente. Economista, doutorado em Planeamento Regional e Urbano, tem trabalhado sobretudo nas áreas do planeamento e desenvolvimento territorial e da economia da cultura, focando a sua investigação, entre outros aspectos, em questões como o papel das actividades culturais no desenvolvimento dos territórios ou as estratégias para a promoção das actividades culturais e das dinâmicas criativas. Tem publicado livros e artigos diversos, bem como apresentado comunicações em encontros científicos, nacional e internacionalmente, nestes diversos domínios. Tem igualmente sido consultor e participado em múltiplos projectos de investigação nestas áreas. Entre vários outros trabalhos, coordenou recentemente as «Estratégias para a Cultura em Lisboa» e o «Indústrias criativas– estudo sobre o potencial de desenvolvimento do concelho de Cascais com base nas indústrias criativas», para as Câmaras Municipais respectivas, bem como o projecto de investigação internacional «Creativity: a governance culture for the Creative City» desenvolvido em Lisboa, São Paulo e Barcelona.

**Pierre-Michel Menger** (CNRS, EHESS, Centre d'Études Sociologiques et Politiques Raymond Aron, Paris). O mais reconhecido sociólogo francês da arte e da cultura. Estudou Filosofia e Sociologia na École Normale Supérieure e terminou o seu doutoramento na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). É director de pesquisas no Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) e é professor na EHESS, onde ensina Sociologia do Trabalho, e Sociologia da Cultura e das Artes. É membro do Conselho de Estudos do Ministério da Cultura, do conselho Científico do CREST (INSEE), entre outros. Recentemente publicou *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain* (Gallimard, 2009), *Les intermittents*

*du spectacle* (EHESS, 2005), *Profession Artiste* (Textuel, 2005). É autor de obras de referência como *Le Paradoxe du musicien* (Flammarion, 1983), *Les Laboratoires de la création musicale* (Documentation française, 1989), *La profession du comédien* (Documentation française, 1998). Tem traduzido em português o livro *Portrait de l'artiste en travailleur* (*Retrato do Artista enquanto Trabalhador*, Roma Editora, 2005).

**Susana Graça** (Universidade Erasmus de Roterdão). Licenciada em Economia pelo ISEG/Universidade Técnica de Lisboa, tem um MPhil em Filosofia e Economia pela Universidade Erasmus de Roterdão (Holanda). Está a terminar o seu doutoramento em Filosofia e Economia, na mesma Universidade, com uma tese intitulada «Economics on Stage», onde investiga a forma como a economia trata as artes do espectáculo. Faz parte do Editorial Board da revista *Energeia - Revista de la Sociedad Iberoamericana de Metodología Económica*. Foi Assistente de Investigação em Economia da Arte e da Cultura na Universidade Erasmus de Roterdão, consultora em Gestão das Artes e docente de Economia da Cultura na Universidade Católica Portuguesa. É técnica superior da Secretaria de Estado da Cultura e docente de Economia da Cultura no Mestrado em Produção da Escola Superior de Teatro e Cinema/IPL.

**Tyler Cowen** (George Mason University – EUA). É um dos economistas da cultura mais conceituado nos Estados Unidos. É professor na Universidade George Mason e escreve regularmente no *New York Times* e nas revistas *The New Republic* e *The Wilson Quarterly*. Fez o seu doutoramento em Harvard, tendo desenvolvido a maior parte da sua actividade académica e de investigação nas áreas das políticas públicas e da economia da arte e da cultura. Entre muitas obras, artigos e colectâneas, publicou *What Price Fame?* (Harvard University Press, 2000), *In Praise of Commercial Culture*, *Creative Destruction: How Globalization is Changing the World's Cultures* (Harvard University Press, 2000). Mais recentemente, publicou *Discover Your Inner Economist* (Dutton Adult, 2007) e *Create your own economy. The Path to Prosperity in a Disordered World* (Dutton Adult, 2009).

**Vera Borges** (Instituto de Ciências Sociais – Universidade de Lisboa). Doutorada em Sociologia pela École des Hautes Études en Sciences Sociales e pela Universidade Nova de Lisboa com uma tese sobre a profissão do actor, organizações e mercados de trabalho. Foi aluna de Pierre-Michel Menger e beneficiou de uma bolsa da Fundação Calouste Gulbenkian para trabalhar no Centre de Sociologie du Travail et des Arts (EHESS, Paris). Actual-

mente, trabalha com Manuel Villaverde Cabral e desenvolve o projecto de pós-doutoramento *Beyond the Stars: Success, Fame and Reputation* sobre a reputação, fama e sucesso nos mercados de trabalho. É autora dos livros *Todos ao Palco!* (Celta, 2001), *O Mundo do Teatro em Portugal* (Imprensa de Ciências Sociais, 2007), *Teatro, Prazer e Risco* (Roma Editora, 2008). Em 2009, publicou em França *Les comédiens et les troupes de théâtre* (Harmattan) e escreveu na revista *Sociologie de l'Art-Opus*. Co-dirigiu com Ana Delicado e Steffan Dix, o livro *Profissão e Vocação. Ensaíos sobre Grupos Profissionais* (Imprensa de Ciências Sociais, 2010).

## Apresentação

Este livro tem como principal ponto de partida o ciclo de seminários «Artists and cultural workers: careers and labour markets» que os coordenadores desta publicação organizaram, ao longo do ano de 2009, no ICS-UL e no ISCTE-IUL, com um conjunto de quatro investigadores marcantes a nível internacional no campo da economia e da sociologia da cultura.

Com efeito, nos últimos vinte a trinta anos, David Throsby, Pierre-Michel Menger, Françoise Benhamou e Tyler Cowen têm-nos proporcionado um conjunto substancial e importante de pesquisas que têm conduzido ao desenvolvimento de ferramentas teóricas e empíricas fundamentais para uma melhor compreensão dos mundos das artes, da sua organização socioeconómica, e para o funcionamento dos mercados e das carreiras profissionais nestes sectores.

A longa discussão e troca de impressões com todos eles levou-nos a ponderar reunir uma nova versão dos seus textos e a promover esta publicação, onde as cruzamos com diversas outras reflexões recentes, conduzidas no âmbito dos nossos próprios programas de investigação, sobre os desafios que a organização destas actividades actualmente enfrenta. Pretendemos que esta publicação seja assim um contributo para o alargar destas discussões no nosso país, e que possa ser encarado como uma referência e um suplemento de leituras passíveis de serem utilizadas pelos colegas, investigadores, alunos e estudantes das pós-graduações, artistas, decisores políticos e público em geral.

Uma das principais contribuições que resultam do encontro com estes investigadores é a possibilidade de reflectirmos sobre as suas aproximações teóricas e empíricas para ler os acontecimentos vividos nos mundos das artes e nos outros mundos sociais, nos dias de hoje, a nível global e no contexto específico português. Nas páginas que se seguem

faremos, portanto, uma exposição daquilo que podemos aprender com estes contributos e, no fundo, com aquilo que podem ser leituras relativamente dispersas, mas sem dúvida coerentes e desafiantes, daquelas que são algumas das principais questões que se colocam à organização do campo artístico e à construção social e económica dos mundos da arte.

Não podemos, no entanto, deixar de iniciar esta digressão por prestar os nossos mais sinceros agradecimentos àqueles que tornaram possível esta reflexão e esta publicação. Em primeiro lugar, não podemos deixar de referir os interessantes contributos e discussões que estes quatro investigadores de reconhecido valor internacional nas áreas da sociologia e da economia da arte e da cultura vieram proporcionar, no âmbito desses quatro seminários, bem como de todos aqueles que nestes debates participaram. Esses contributos não teriam sido naturalmente possíveis sem o apoio do Instituto de Ciências Sociais, da Universidade de Lisboa (ICS-UL), do DINÂMIA-CET, do ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, que através do Fundo de Apoio à Comunidade Científica apoiou estes eventos. Gostaríamos de expressar o nosso agradecimento público a estas instituições pelo debate e troca de ideias que este encontro proporcionou, bem como pelo seu apoio logístico e financeiro, que foi fundamental para que este ciclo de seminários pudesse ter lugar.

Agradecemos igualmente a Morgan Jouvenet (sociólogo, investigador do Laboratoire Printemps – CNRS/Université Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines), a Cícero Pereira (psicólogo social, investigador associado do Instituto de Ciências Sociais), a Susana Graça (economista da cultura, da Direcção Regional de Lisboa e Vale do Tejo, do Ministério da Cultura) e a Gustavo Sugahara, Nuno Teles e Bruno Vasconcelos (respectivamente economistas e sociólogo, todos eles investigadores do DINÂMIA-CET) pela colaboração nos diversos textos e trabalhos de investigação que temos vindo a realizar em conjunto e que aqui são apresentados, os quais considerámos de interesse para serem mobilizados para esta discussão.

Estamos igualmente muito agradecidos à directora da Imprensa de Ciências Sociais, Karin Wall, pelo incentivo que nos deu para esta publicação e pela dinâmica que imprimiu logo desde o princípio de todo o processo de leitura e montagem deste livro; a toda a equipa da Imprensa e aos avaliadores, o nosso muito obrigado.

Vera Borges  
Pedro Costa  
*Março de 2011*

Vera Borges  
Pedro Costa

## Introdução

# Dinâmicas de organização do sector cultural e criativo, reputação e carreiras artísticas

Nos dias de hoje o sector cultural e criativo passa por um conjunto de mutações e desafios que afectam as carreiras e as vidas das pessoas que se dedicam às actividades artísticas e criativas, actividades elas próprias tradicionalmente já caracterizadas por especificidades e problemas que as distinguem, fortemente, de outros sectores da vida económica e social.

Foi o interesse por estas dinâmicas que motivou a organização desta publicação, partindo da discussão iniciada nos ciclos de seminários organizados em 2009 pelos coordenadores deste livro, subordinado ao tema geral «Artistas e trabalhadores da cultura: carreiras e mercados de trabalho», no ICS-UL e no ISCTE-IUL. A ambição desse ciclo de encontros, que trazia a Lisboa um conjunto de quatro reputados autores internacionais nas áreas da economia e da sociologia da cultura, era discutir o que artistas, criativos e trabalhadores culturais são e o que fazem hoje, analisando as suas carreiras e as dinâmicas dos seus mercados de trabalho, as redes de cooperação onde actuam, as suas formas de concorrência e afirmação, os processos que usam para construir a sua reputação e as suas credenciais no mercado de trabalho, em suma, como constroem as suas trajectórias de carreira e em que se baseiam para nortear e afirmar a sua actividade criativa.

Várias questões e inquietações orientaram estes debates: como explicar a tão desigual distribuição verificada a nível das remunerações neste sector, seja tanto a nível monetário, como no campo da sua reputação e das recompensas não financeiras? Como é condicionada a sua actividade criativa e a construção das suas trajectórias pelos contextos institucionais, geográficos, profissionais, em que ela se desenvolve? Como é que esta actividade é, nos dias de hoje, colocada perante novos desafios, com

todas as recentes potencialidades tecnológicas e organizacionais que se abrem ao sector? Como é que cada criador e artista poderá explorar estes campos não só como matéria-prima para a sua criação mas igualmente para a estruturação e organização do seu percurso e da sua actividade? Como é que a política cultural pode incentivar ou não o desenvolvimento destes mercados de trabalho?

Todas estas interrogações, preocupações centrais e relevantes no debate actual sobre as actividades culturais e as carreiras artísticas, se cruzam com as questões que têm marcado as recentes discussões sobre a «criatividade» e as «dinâmicas criativas» e o desenvolvimento das múltiplas retóricas acerca da «economia criativa» e das «actividades criativas», a sua relação com a cultura, a educação e a força de trabalho. Estas discussões têm-se tornado centrais no discurso académico (cf. Galligan 2001; Caves 2002; Bryant e Throsby 2006; Costa *et al.* 2008) e no *policy making* (EC 2007, 2010; EC/KEA 2006; OECD 2005; UNESCO 2010) nos últimos anos, um pouco por todo o mundo.

Sem entrar agora na discussão sobre todos os equívocos e preocupações que estas transformações terminológicas e conceptuais acarretam, mas adoptando uma perspectiva ampla e transversal da criatividade nas actividades culturais, que nos convoca a utilização da expressão «actividades culturais e criativas» e uma particular preocupação com a criatividade artística, mas não a assunção acrítica de um novo paradigma conceptual, procuramos neste livro reflectir sobre as novas dinâmicas de organização e estruturação deste sector e das carreiras e dos mercados artísticos, numa perspectiva socioeconómica, partindo de um conjunto de abordagens diversificadas, que nos permitem olhar para a vida dos artistas e para os desafios que actualmente encontram de forma plural e empiricamente bem enraizada.

Assumindo aqui posturas conceptual e metodologicamente bastante diversificadas, numa análise que atravessa de forma panorâmica diversas áreas artísticas e culturais, das artes performativas à televisão, da música gravada à pintura, esta reflexão organiza-se em torno de três eixos principais, correspondentes a cada uma das partes em que está organizada esta publicação:

- (i) a dimensão da construção do percurso artístico e da construção de carreiras e inserção no mercado de trabalho por parte dos criadores e artistas (que será o foco dos textos da Parte I – Artistas, reputação e mercados de trabalho);
- (ii) a análise dos contextos sociais, culturais, geográficos e institucionais em que a criatividade se desenvolve e a actividade artística

floresce, bem como da forma como são socialmente enraizadas e determinadas estas práticas (questão em torno da qual se organiza a discussão tida na Parte II: A criatividade no seu contexto: dinâmicas institucionais e territoriais); e

- (iii) a discussão acerca das transformações actuais na organização e regulação destas actividades e a forma como os novos desafios por que passam podem e devem ser tomados em conta na estruturação e na análise das trajectórias de carreira nestes mercados de trabalho. Foca-se o debate em torno dos «novos desafios e dilemas que se colocam na organização do sector criativo», como se intitula a Parte III.

Estas reflexões utilizam um conjunto de pontos de partida comuns que traduzem bem o estado da arte actual da reflexão que em várias áreas disciplinares (com particular destaque para a economia e a sociologia da arte e da cultura, mas abrangendo igualmente outros campos como os estudos urbanos ou os estudos culturais, por exemplo) se faz sobre estas questões. Um destes pontos de partida comuns, cada vez mais recorrente, é o facto de que às artes tem sido dado o papel de «modelo» da actual (re)configuração dos universos de trabalho, de produção, das novas formas de autonomia e responsabilidade dos indivíduos na gestão das suas tarefas. Será portanto fundamental discutir, sempre que possível, tudo aquilo que aproxima e afasta as artes dos outros mundos produtivos, e de que forma as suas especificidades podem ou não ser extrapoláveis para outras situações. Esse é aliás um dos contributos mais interessantes deixado pelos textos de Throsby e Menger apresentados neste livro. E é justamente muito em torno destas discussões que os diversos contributos da primeira secção deste livro, associada às carreiras e às trajectórias profissionais, ao talento e à reputação dos artistas, se organizam.

Como pode a arte ser modelo quando o paradigma da organização (e da sua instabilidade) das carreiras, bem como da tessitura do mercado de trabalho neste sector sempre foi sinónimo de descontentamento, precariedade e reivindicação? O que pode trazer-nos o conhecimento dos mundos artísticos para ler a reorganização das vidas profissionais no interior das organizações ou enquanto empresários e gestores da nossa própria carreira? O que pode a arte trazer-nos com o conhecimento antecipado que os seus agentes detêm da precariedade, mas também da importância do autoconhecimento individual como forma de realização interior (Taylor 1998)?

Na realidade, muitos anos depois de Baumol e Bowen (1966) terem descrito o que se passava nas artes performativas, podemos constatar que desde então aconteceram muitas coisas, mas no essencial pouco se alterou, nomeadamente no que diz respeito à fatalidade da «doença dos custos» por estes autores celebrizada, à medida que o crescimento da produtividade relativa deste sector não consegue acompanhar o do resto da economia, e que as remunerações médias do sector têm assim dificuldade em crescer face aos restantes sectores. A necessidade de financiamento exógeno destas actividades e de intervenção fora do mercado será, portanto, ainda (e cada vez mais) justificada nos dias de hoje, em particular para certas actividades, como aquelas que as artes performativas encerram.

Em paralelo, no que diz respeito à vida concreta dos artistas mantêm-se as disparidades que Menger (1999), Cowen (2005), Benhamou (2000), Throsby (2001) têm vindo a descrever e que nos conduzem ao universo das estrelas e à discussão iniciada por Filer (1986) a propósito dos *starving artists*: entre o mito dos fracos rendimentos nas artes e a realidade das dificuldades sentidas pelo elevado número de artistas que persiste e resiste na base da pirâmide. Naqueles que são, sem dúvida, dos mercados de trabalho mais assimétricos das sociedades actuais, as diferenças entre a «A list» e a «B list» que Caves (2000) tão bem enunciou são cada vez mais marcantes. As estratégias de minimização de riscos e de construção das reputações e legitimações, seja nos mercados mais *mainstream* ou mais alternativos, vão seguindo paulatinamente nesta direcção.

Throsby e Zednik dão-nos uma primeira perspectiva sobre isto, a partir da aplicação empírica da noção de «nível mínimo de rendimento ou requisito mínimo de rendimento» através de um inquérito aos artistas profissionais australianos. É efectuada a análise das condições em que os artistas optam pelo recurso ao trabalho não artístico e das condições determinantes para o nível de abdicação desse trabalho de subsistência. As conclusões retiradas pelos autores apontam, em geral, para a não obtenção dos níveis mínimos de rendimento por parte dos artistas e para uma relativamente grande propensão para recorrer a oportunidades de geração de rendimento suplementares/alternativas às artísticas. Estas conclusões reforçam a ideia de que o trabalho criativo é contingenciado e afectado por esta necessidade percebida de rendimento e pelo recurso consequente dos artistas a trabalhos de subsistência para a satisfazerem, levando os autores a por essa via defenderem medidas de apoio aos seus rendimentos como uma das componentes das políticas culturais. Uma discussão alargada sobre as características dos artistas e dos profissionais da cultura permitir-nos-á uma melhor compreensão das suas preferências,

formas de auto-organização e auto-emprego em mercados que crescem, influenciam a sociedade, a economia e a nossa vida de todos os dias. O texto de Menger, por seu lado, retoma a questão das assimetrias e desigualdades no mercado de trabalho artístico. Partindo da noção de talento (pequenas diferenças de talento têm repercussões no sucesso das carreiras e na forma como se vende determinado trabalho), Menger discute diversos dos paradoxos associados à estratificação no mercado de trabalho artístico nos seus diferentes níveis de «recompensa», distinguindo níveis de reputação e talento, e desenvolvendo, a partir de outros e das suas análises empíricas, um modelo holístico da relação entre talento e hierarquização reputacional, simbólica e financeira nestes mercados.

Seguindo esta linha de investigação, Menger compara com interesse a situação vivida nos mercados artísticos e a importância do talento no sucesso das carreiras nas artes com a situação vivida nas ciências, no desporto, na política e nos negócios. Temos assim a reputação entendida como um fenómeno cumulativo: por exemplo, a atribuição de um prémio «chama» mais trabalhos para um artista, mais encomendas para um ateliê, mais reconhecimento e notoriedade para um indivíduo, empresa ou equipa, e cria maior distância entre os diferentes patamares na hierarquia dos talentos. A originalidade, a criatividade e a tenacidade dos indivíduos são comparadas e escolhem-se os melhores (cf. Huber 2001, a propósito dos critérios de sucesso na carreira científica). Com efeito, a reputação resulta de um processo comparativo e selectivo.

Menger discute depois as contribuições do modelo de Rosen (1981) e de Merton (1968, 1988), destacando aqui a importância do «Efeito Mateus» que nos chega da sociologia da ciência, segundo a qual as desigualdades de sucesso e prestígio se devem a diferenças inicialmente insignificantes na qualidade intrínseca dos indivíduos, em mundos tão competitivos como a ciência (e a arte). As diferenças iniciais entre os indivíduos aumentam com o passar do tempo e não passam despercebidas aos olhos dos outros (cf. Lang e Lang 1988, sobre o tempo e a reputação).

Nas artes e nas ciências a reputação e o sucesso dos indivíduos estão sujeitos a uma hierarquia de «ingredientes» diferenciada, no entanto, em qualquer um dos domínios os consumidores ou a comunidade profissional percebem a diferença – por muito pequena que seja – da qualidade dos indivíduos e essa percepção orienta as suas escolhas (Adler 1985; Merton 1988). No mesmo sentido, se o artista e o cientista fizerem uso das inovações tecnológicas que têm ao seu dispor e se desenvolverem estratégias de mobilidade chegam a mercados cada vez mais alarga-

dos (temática discutida na Parte III deste livro). A situação terá consequências ainda mais importantes para a carreira do artista e do cientista se estes se associarem a equipas com reputação elevada: a associação de talentos tem um efeito multiplicativo, sobretudo em domínios que se organizam no projecto.

Por sua vez, o texto de Borges e Pereira foca-se na forma como actores e bailarinos estão envolvidos com o mercado de trabalho. Os principais resultados deste estudo realizado junto de mais de uma centena de artistas mostram que a sua ligação ao mercado das artes se organiza em três dimensões: (i) a ligação objectiva que é formada pelos rendimentos auferidos com o trabalho artístico e pela posição que os indivíduos ocupam na profissão; (ii) a ligação subjectiva constituída pela satisfação dos indivíduos com os seus rendimentos e pela percepção de que o seu tempo está a ser investido em actividades artísticas; (iii) a ligação desiludida com o mercado das artes que é caracterizada pelo desejo de abandonar a profissão artística, pelo seu abandono temporário e pela quantidade de tempo sem trabalho nas artes.

Os bailarinos mostram-se objectivamente mais envolvidos com o mercado de trabalho das artes e os actores manifestam uma maior ligação subjectiva com as artes. Na realidade, isto não significa que os bailarinos disponham de rendimentos mais importantes do que os dos actores (qualquer um dos grupos vive a sua ligação à arte de uma forma instável e com fracos rendimentos), mas a relação entre os rendimentos e a posição na profissão é considerada pelos bailarinos determinante para a sua persistência nas artes. Já do lado dos actores, a componente simbólica e vocacional da sua profissão é uma condição para a sua não desistência. Concluiu-se que as actividades de formação geral e específica não oferecem retorno directo aos indivíduos: são todos altamente formados mas é fraca a probabilidade de com isso obterem um trabalho artístico mais bem remunerado; além disso, verificou-se que os contactos com grupos profissionais e colegas de trabalho têm pouco impacto na ligação dos indivíduos com o mercado de trabalho das artes. O aspecto que tem maior importância para o sucesso destas carreiras é o facto de actores e bailarinos terem desenvolvido alguma actividade artística prática durante o período escolar. Aqueles que o fizeram estão menos desiludidos e mais objectivamente ligados ao mercado das artes do que aqueles que fizeram a sua formação sem qualquer contacto com as actividades práticas.

Na segunda parte deste livro (*A criatividade no seu contexto: dinâmicas institucionais e territoriais*), procuramos averiguar mais de perto de que forma os diversos contextos institucionais, territoriais e profissionais con-

dicionam e marcam o criador e a sua obra. Cada um dos três textos apresentados nos leva para uma perspectiva distinta, embora complementar, em relação a esta questão. Em qualquer dos casos, no entanto, o sector cultural aparece marcado por dinâmicas que estão fortemente enraizadas no tecido sociocultural e no território respectivo em que se desenvolvem.

O texto de Tyler Cowen problematiza o papel das instituições no desenvolvimento económico, a partir do caso da actividade dos artistas Amate, na localidade de San Agustín Oapan, no estado de Guerrero, no México. Com base numa investigação que o autor apresentou anteriormente no seu livro, *Markets and cultural voices* (2005), o papel das instituições locais e dos governos locais (ou da sua ausência) nos processos de desenvolvimento são equacionados como fundamentais a partir de um caso que conjuga a tradição local «patrimonializada» com um mercado globalizado pela via dos consumos turísticos.

A tradição «amate» ou de «pintura de casca» é uma das formas mais importantes de arte alternativa no México. A sua organização económica levanta muitas questões de interesse para o estudo das artes. Como lidar quando os artistas não têm apoio de instituições intermediárias? Como funciona pintar principalmente para clientes turistas dos EUA e do Canadá? Como a globalização afectou os estilos artísticos no México e esta actividade acaba por ser, pelo menos parcialmente, bastante turistificada? Qual o papel das instituições e dos mecanismos de regulação locais para estes processos?

Cowen dá resposta a estas questões, explicando a importância das lógicas de governança, convenções e mecanismos de regulação locais que são determinantes para a evolução deste sistema e desta actividade (com base no que ele designa por *cargo system*), e salientando a fundamental importância destas instituições nos processos de desenvolvimento local e sectorial. Esta é uma perspectiva, que embora tendo um ponto de partida totalmente diverso, acaba por se aproximar bastante daquilo que de mais interessante se tem feito nos anos mais recentes em termos da análise dos mecanismos territorializados de produção e consumo cultural, e das dinâmicas criativas localizadas, nomeadamente no papel que o contexto institucional, social e cultural local tem no desenvolvimento dessas dinâmicas, o qual tem sido percebido nos últimos anos à luz das mais diversas abordagens conceptuais (*clusters* culturais e criativos, distritos culturais, meios criativos, meios inovadores, e muitas outras – cf., a propósito, Cooke e Lazzarotti 2008; Camagni, Maillat e Matteacioli 2004; Hutton 2009; Scott e Power 2007).

O crescente interesse pelo papel das actividades culturais no desenvolvimento territorial e pela noção de «cidades criativas» tem trazido a

relação entre espaço urbano e actividades criativas para o centro da agenda académica e política, como já referimos. No entanto, as complexas raízes desta relação estão ainda insuficientemente exploradas, importando aprofundar a reflexão sobre este assunto, seja genericamente em relação a todos os processos criativos, seja especificamente para os ligados aos bens culturais.

É esse o ponto de partida do texto de Pedro Costa, Vasconcelos e Sugahara (2008), que pretende contribuir para perceber de que forma o espaço urbano (ou um conjunto de algumas das suas características) é determinante para o desenvolvimento de lógicas criativas sustentadas nas actividades culturais. Após uma breve contextualização do crescente interesse por esta questão, é discutida a noção de criatividade, identificando as questões centrais que se colocam à sua análise no campo específico das actividades culturais. Partindo das ideias já clássicas de Boden (1990), mas enfatizando a questão da legitimação social da criatividade, os autores remetem-nos para o papel essencial dos mediadores culturais e dos processos de *gatekeeping* nestas actividades, e para a ligação da criatividade à construção de reputações.

Num segundo ponto, os autores centram-se na análise do papel do espaço urbano no desenvolvimento de dinâmicas criativas que propiciem a produção e o consumo sustentáveis das actividades culturais, assumindo e desenvolvendo os argumentos centrais das teorias clássicas sobre os espaços urbanos (em particular os associados à dimensão, densidade e heterogeneidade das práticas sociais) para o desenvolvimento de dinâmicas criativas e reputacionais associadas a estas actividades. A perspectiva seguida é a de retirar conclusões em termos da formulação de políticas que apoiem dinâmicas territoriais sustentáveis com base nestas actividades.

Por fim, o texto de Morgan Jovenet discute igualmente a importância do contexto para a criação, mas numa outra perspectiva, relacionando as experiências musicais com as múltiplas experiências profissionais dos criadores (neste caso, focando-se na música *rap* e electrónica em França). Partindo da lógica de não confinamento de qualquer destes tipos de música a produções culturais típicas de certos grupos sociais, tradicionalmente pouco escutados (embora socialmente muito marcadas e com um importante foco de movimentos de resistência à imposição de representações dominantes), Jovenet analisa a sua produção enquadrando o mundo profissional «paralelo» destes criadores, em áreas muito associadas às indústrias criativas, como importante fonte de criação e factor decisivo de entrelaçamento entre as lógicas artísticas e económicas na construção e gestão de carreiras. A vida profissional é, segundo os resultados obtidos

pelo trabalho empírico deste autor, e ao contrário de concepções mais tradicionais, considerada como uma fonte de enriquecimento dos projectos artísticos, havendo uma articulação e fertilização cruzada entre o mundo da «criação» e o mundo «mercantil» da vida profissional quotidiana.

Na terceira e última parte deste livro levamos a nossa discussão para outro campo. De que forma os novos desafios (tecnológicos, institucionais, sociais) que se colocam à criação (e à difusão e circulação dessa mesma criação e aos processos de mediação e de legitimação que são fulcrais para o seu sucesso) estão a condicionar ou a abrir novas oportunidades a criadores e artistas? De que forma a análise da sua actividade deve ser multidimensional procurando cobrir todas as dimensões subjacentes a estas transformações e a esses desafios?

A discussão da propriedade intelectual e dos direitos de autor, no cenário actual de transformação radical da estruturação e da forma de organização de algumas das indústrias culturais tradicionais é um óptimo exemplo destes problemas. Dois dos textos apresentados desenvolvem-se em torno destas questões (os de Benhamou, e de Costa, Teles e Vasconcelos).

A recente evolução institucional e tecnológica, passando pela massificação da internet, da digitalização e das novas tecnologias de cópia impuseram um intenso debate em torno de direitos autorais nas indústrias culturais (com destaque para a música e o audiovisual). Duas realidades opostas têm apoiado entendimentos diferentes da ideia de protecção de direitos autorais. Convencionalmente, estes têm sido tomados como um dispositivo necessário para fomentar a criatividade e a criação. Só com direitos de propriedade bem definidos poderiam ser gerados incentivos eficientes para todos os agentes do sector. Seguindo esse ponto de vista, as leis de direitos autorais deveriam ser reforçadas e alargadas a fim de preservar e fomentar o mercado para o negócio da música. No entanto, as novas formas de violação de direitos autorais não só permitem o acesso ilegítimo a música protegida, mas também abrem as portas para o que pode ser percebido como um novo paradigma de produção e de distribuição da cultura. Tal paradigma pode implicar uma redefinição dos direitos de propriedade intelectual, e do papel dos actores-chave no processo de criação e de provisão dos bens culturais aos seus utilizadores.

O texto de Benhamou parte do caso da produção de conteúdos televisivos em França (ficção e documentário) e retoma a análise das assimetrias na remuneração da actividade no sector (neste caso, dos autores), a partir da questão das transformações tecnológicas actuais, nomeadamente

da internet e da questão dos direitos de autor. Um artista criará sempre, esteja mais ou menos tempo envolvido na sua actividade, ganhe mais ou menos dinheiro com essa actividade. No entanto, se antes existia público para quase todos, os bons e os maus actores, os bons e os maus músicos, hoje em dia temos de considerar que nalguns campos apenas há cada vez mais espaço de manobra para os «artistas eleitos». Porquê? Porque os mecanismos de minimização de risco, sobretudo nas indústrias culturais que implicam maiores investimentos, fomentam a concentração num conjunto de *happy few* bem remunerados (Caves 2000).

É em torno desta discussão que podemos ler o texto de Benhamou, apresentado neste volume: como é que a evolução da oferta cultural pode influenciar o esquema das remunerações nas artes? Nos seus trabalhos anteriores, a autora reflectiu sobre as paixões colectivas e a importância do tipo de trabalho, dependente da imaginação, inspiração, construção não mecânica de objectos únicos. Agora, o estudo realizado pela autora durante três anos em França, procurando perceber como a evolução e as mudanças da oferta cultural podem influenciar ou não a estrutura e as fontes remuneratórias para os autores, e se os direitos de autor podem ser o quadro adequado para canalizar essa remuneração, mostra bem os limites de um quadro que, embora legítimo, como refere a autora, não contribui em geral para a melhoria da situação dos autores. Com efeito, os direitos de autor repartem mal o risco, gerando assimetrias entre autores e tipos de autores, não sendo muito incentivadores nem equitativos, pelo que será para a autora tempo de todos os actores do sector reflectirem em conjunto sobre o efectivo potencial deste instrumento, tendo por referência as potencialidades da internet, com base neste caso da experiência televisiva.

O texto de Costa, Teles e Vasconcelos, por seu lado, partindo do caso da música gravada, procura explorar os novos paradigmas da produção cultural, abordando, numa perspectiva mais conceptual, os efeitos dos recentes desenvolvimentos institucionais sobre o papel, as motivações e o comportamento de diferentes e conflictantes agentes culturais: artistas, editoras, distribuidores e mediadores culturais (entre outros, críticos de música, *media* ou agentes). Os autores defendem que o futuro dos direitos de autor e do seu papel no *cluster* da música dependerá da forma como os agentes da indústria da música adaptarem os seus comportamentos e estratégias aos novos desafios que elencámos.

Tendo em conta um breve panorama do debate actual em torno de direitos de autor, são identificadas as principais implicações sobre as motivações e os comportamentos destes diversos agentes que decorrem dos novos arranjos institucionais que têm vindo a surgir no *cluster* da música.

São particularmente analisadas as repercussões sobre os processos de intermediação cultural e de *gatekeeping*, evidenciando o papel crucial destes agentes (no passado, mas igualmente no futuro, independentemente da tecnologia) na construção do valor simbólico e, conseqüentemente, do valor económico, neste *cluster*.

Efectivamente, há mecanismos específicos no sector, que apesar da tecnologia utilizada, continuarão a ser os fundamentais no filtramento e na provisão de informação aos agentes, seja qual for o meio tecnológico e a estrutura organizacional que esteja subjacente à produção e distribuição da música; eventualmente, quem os dominar continuará a ganhar (mais que o autor, através da remuneração dos direitos da sua propriedade intelectual) a remuneração respectiva da transformação desse valor reputacional em valor económico.

Finalmente, o texto de Borges, Costa e Graça coloca-se numa perspectiva distinta. Partindo de um trabalho de acompanhamento muito directo e contínuo da actividade de um conjunto de estruturas teatrais portuguesas (as estruturas apoiadas pelas subvenções anuais ou plurianuais do Ministério da Cultura, na região de Lisboa e Vale do Tejo), os autores procuram mapear a diversidade de questões e lógicas que estão subjacentes à gestão (e à regulação) da actividade destas companhias numa perspectiva de avaliarem a diversidade de desafios com que se confrontam na sua actividade quotidiana actual.

Com efeito, as estruturas teatrais enfrentam no seu funcionamento quotidiano um conjunto de questões e de problemas económicos específicos, os quais têm sido profusamente estudados e discutidos no campo da sociologia e da economia da cultura. Contudo, uma ampla panóplia de especificidades, em termos económicos, culturais, institucionais e sociais, condiciona fortemente esta actividade, em múltiplas dimensões. Este capítulo pretende identificar empiricamente e tipificar os diversos tipos de situações e de reacções a estes problemas, por parte de um conjunto heterogéneo de instituições no campo das artes performativas (marcadas por uma forte diversidade, em termos do seu perfil e das suas opções a nível estético e cultural, e da sua orientação em relação aos seus mercados, mas igualmente por uma multiplicidade de outras características: por exemplo, padrão de localização, questões geracionais, papel da liderança individual, estrutura organizacional, origens dos financiamentos, etc.).

A análise empírica efectuada baseia-se no acompanhamento efectuado a todas as companhias de teatro da região de Lisboa e Vale do Tejo subsidiadas através dos concursos para apoios anuais/plurianuais do Ministério da Cultura, sendo efectuada, com base em entrevistas e no acom-

panhamento directo da actividade destas estruturas, uma análise preliminar das suas opções organizacionais e de mercado, bem como uma identificação dos principais problemas e desafios com que se defrontam. É proposta uma tipologia multinível para a análise das estruturas teatrais, tendo em conta os diversos aspectos identificados como determinantes para as diferenças observadas, e são ainda apresentadas algumas notas conclusivas no que concerne a recomendações em termos de políticas públicas.

É pois com base nestes contributos diversificados e plurais, e nesta tripla perspectiva que se pretende com este conjunto de textos discutir os novos desafios à vida e à carreira dos artistas e dos profissionais da cultura. As dinâmicas subjacentes à criatividade e às formas de governança e de regulação que a potenciam são o foco da análise, que esperamos possam trazer uma linha condutora e um contributo coerente para a leitura destes textos. Conscientes da sua diversidade e da vastidão das questões que eles levantam e com que nos desassossegam, mais do que servir para dar respostas definitivas, esperamos que esta publicação possa antes ser um ponto de partida e um contributo para um debate necessário e para uma reflexão mais aprofundada sobre estas questões no nosso país. Que o diálogo interdisciplinar que ela convoca possa ser acolhido e promovido. E que cada um de nós encontre aqui espaço e matéria para uma reflexão mais aprofundada sobre aqueles que são os desafios e as oportunidades que se colocam aos criadores e aos artistas e à forma como eles podem organizar as suas vidas na sociedade contemporânea.

## Referências bibliográficas

- Adler, Moshe. 1985. «Stardom and Talent». *American Economic Review*, 75: 208-212.
- Alper, Neil O., e Gregory H. Wassall. 2006. «Artists' Careers and Their Labor Markets». In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, eds. Victor A. Ginsburgh e David Throsby. Amesterdão: Elsevier: 813-864.
- Baumol, William, e William Bowen. 1966. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Benhamou, Françoise. 2000. «The Opposition between Two Models of Labour Market Adjustment: The Case of Audiovisual and Performing Arts Activities in France and Great Britain over a Ten Year Period». *Journal of Cultural Economics*, 24: 301-319.
- Boden, M. 1990. *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. Londres: George Weidenfeld and Nicolson Ltd.
- Bryant, W. D. A., e D. Throsby. 2006. «Creativity and the behavior of artists». In *Handbook of The Economics of Art and Culture*, eds. V. Ginsburgh e D. Throsby, vol. 1. Amesterdão: North-Holland: 507-529.

- Camagni, R., D. Maillat, e A. Matteaccioli, eds. 2004. *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. Neuchâtel: EDES.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cooke, P., e L. Lazeretti org. 2008. *Creative cities, cultural clusters and local development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Costa, P., M. Magalhães, B. Vasconcelos, e G. Sugahara. 2008. «On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach». *The Service Industries Journal*, vol. 28, n.º 3-4: 393-413.
- Cowen, Tyler. 2005. *Markets and cultural voices: Liberty vs. power in the lives of Mexican Amate painters*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- EC. 2007. *Uma Agenda Europeia para a Cultura num Mundo Globalizado*. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, de 10 de Maio de 2007, COM(2007) 242 final. Bruxelas: Comissão Europeia.
- EC. 2010. *Realizar o Potencial das Indústrias Culturais e Criativas* – Livro verde, COM(2010) 183 final, 27.4.2010. Bruxelas: Comissão Europeia.
- EC/KEA. 2006. *The Economy of Culture in Europe*, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), Outubro de 2006, Bruxelas: Comissão Europeia.
- Filer, Randall. 1986. «The 'Starving Artist'. Myth or Reality? Earnings of Artists in the United States», *Journal of Political Economy*, 96, 56-75.
- Galligan, A. M. 2001. *Creativity, culture, education, and the workforce*. Washington, DC: Center for Arts and Culture.
- Huber. 2001. «A new method for analyzing scientific productivity». *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 52 (13): 1089-1099.
- Hutton, T. 2009. «Trajectories of the new economy: Regeneration and dislocation in the inner city». *Urban Studies*, 46: 987-1001.
- Kunzmann, Klaus R. 2004. «An Agenda for Creative Governance in City Regions». *disP- The Planning Review*, 158: 5-10.
- Landry, C. 2000. *The Creative City: a toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia/Earthscan.
- Lang, Gladys Engel, e Kurt Lang. 1988. «Recognition and Renown: The Survival of Artistic Reputation». *American Journal of Sociology*, vol. 94 (1): 79-109.
- Markusen, A. 2006. «Urban development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the Study of Artists». *Environment and Planning A*, vol. 38 (10):1921-1940.
- Markusen, A., e G. Schrock. 2006. «The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialization and Economic Development Implications». *Urban Studies*, 43, n.º 10: 1661-1686.
- Menger, P.-M. 1999. «Artistic Labor Markets and Careers». *Annual Review of Sociology*, 25: 541-574.
- Merton, Robert. 1968. «The Matthew Effect in science». *Science*, 3810: 56-63.
- Merton, Robert. 1988. «The Matthew Effect in science, II: cumulative advantage and the symbolism of intellectual property». *Isis*, 79: 606-623.
- NESTA. 2006. «Creating Growth – How the UK can develop world class creative business». Londres: NESTA Research Report.
- NESTA. 2008. *Beyond the creative industries*. Londres: NESTA Technical Report.
- OECD. 2005. «Culture and Local Development». Paris: OECD.

- Podolny, Joel. 2005. *Status Signals: A Sociological Study of Market Competition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Poincaré, Henri. 1947. *Science et méthode*. Paris: Flammarion.
- Rosen, Sherwin. 1981. «The economics of superstars». *American Economic Review*, 71 (5): 845-858.
- Scott, A. J. 2000. *The Cultural Economy of Cities*. Nova Deli, Londres e Thousand Oaks, CA: Sage.
- Scott, A. J. 2006. «Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions». *Journal of Urban Affairs*, 28 (1): 1-17.
- Scott, A. J., e D. Power. 2007. *Cultural Industries and the Production of Culture*. Londres: Routledge.
- Taylor, Charles. 1998. *Les Sources du moi*. Paris: Le Seuil.
- Throsby, D. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- UNCTAD. 2008. *Creative Economy – The Challenge of Assessing the Creative Economy; Towards Informed Policy-Making*. Genebra: UNCTAD.
- UNESCO. 2010. Segunda Conferência Mundial sobre Educação Artística. Disponível em [http://portal.unesco.org/culture/en/files/41117/12798106085Seoul\\_Agenda\\_Goals\\_for\\_the\\_Development\\_of\\_Arts\\_Education.pdf/Seoul%2BAgenda\\_Goals%2Bfor%2Bthe%2BDevelopment%2Bof%2BArts%2BEducation.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/41117/12798106085Seoul_Agenda_Goals_for_the_Development_of_Arts_Education.pdf/Seoul%2BAgenda_Goals%2Bfor%2Bthe%2BDevelopment%2Bof%2BArts%2BEducation.pdf). Acesso em 20 Março de 2011.

**Parte I**  
**Artistas, reputação**  
**e mercado de trabalho**



David Throsby  
Anita Zednik

## Capítulo 1

# Minimum income requirements of creative artists: some empirical results

## Introduction

The concept of a minimum income requirement (MIR) is a well-known one in studies of the economics of poverty.<sup>1</sup> It is used to identify an income level deemed necessary to provide the minimum essentials of life for an individual or a household. It can be determined from observation of popular cultural practices captured by national surveys, or from a scientific assessment of the minimum nutritional requirements for healthy living.<sup>2</sup> In the field of development economics the MIR is referred to as the «subsistence constraint», reflecting the fact that in poor agrarian societies many people live at the very margin of survival.<sup>3</sup>

Artists, like anyone else, have unavoidable financial obligations to themselves and their dependants, despite the fact that they are often depicted as dreamers who are oblivious to monetary concerns. Many studies of artists' work patterns have pointed to the role of financial imperatives in determining their time allocation between creative work which often yields a low return, and work outside their creative practice which is generally more lucrative (Alper and Wassall 1992; Throsby 1996; Menger 2006; Alper and Wassall 2006). These studies imply the existence of a minimum income that artists must meet in order to satisfy their

---

<sup>1</sup> See, for example, the classic study by Amartya Sen (1981).

<sup>2</sup> For a comparison of alternatives for setting minimum income standards in a general social context, see Deeming (2005).

<sup>3</sup> For an economic analysis of the effect on behaviour of a subsistence constraint requiring minimum calorie intake per time period, see Gilley and Karels (1991).

obligations; failure to reach that income from creative earnings is likely to be the stimulus towards having to find work elsewhere.

A MIR is made explicit as a constraint in models of artists' behaviour such as the «work-preference model» (Throsby 1994; Cowen and Tabarrok 2000; Robinson and Montgomery 2000). In this model, which reverses the predictions of the standard labour economics theory of work/leisure choice, the income constraint plays a critical role, marking a behavioural turning point as an artist's income rises. Likewise models of the creative process that postulate an objective function whose arguments are quantity and quality of output interpret the artist's decision problem as one of constrained maximisation, where the constraint is the MIR (Throsby 2001: 107-109; Bryant and Throsby 2006).

In this paper we investigate some aspects of the MIRs of artists, using data from a recent survey of practising professional artists in Australia (Throsby and Zednik 2010). The paper is structured as follows. First, the stated MIRs of artists in the survey are discussed, and we indicate the proportions of the artist population that were able to meet these requirements from income earned from different work sources in the survey year. We go on to examine the determinants of MIRs, identifying art-practice-related and socio-demographic influences. The next section of the paper investigates the extent to which a shortfall in income below the MIR acts as a stimulus to artists to take on work beyond their creative practice. In the final section some conclusions are drawn.

## **Minimum income requirements: the basic data**

The survey on which this paper is based was carried out in 2009. It was conducted by telephone interview of a random sample of just over one thousand artists across all artforms – writers, visual artists, craftspeople, actors, dancers, musicians, composers and community artists. Respondents in the survey were asked to indicate the annual income they regarded as necessary to meet their essential living costs.<sup>4</sup> The mean and median amounts nominated by artists in different

---

<sup>4</sup> The wording of the relevant question was «Can you tell me what is the minimum after-tax income you would need from all sources to meet your basic living costs?» (Answer was possible per week or per year.)

**Table 1.1 – Artists’ minimum income requirements: Australia, 2009**

	Minimum income required:		Artists able to meet their minimum income requirements from their:		
	Mean \$	Median \$	Creative income %	Total arts income %	Total income %
Writers	33,900	30,000	12	26	53
Visual artists	33,000	30,000	17	28	48
Craft practitioners	29,300	27,000	20	35	49
Actors	36,500	31,200	28	33	57
Dancers	35,600	34,600	22	38	50
Musicians	38,000	35,000	24	43	65
Composers	38,600	31,200	20	38	63
Community cultural development workers	44,700	42,800	27	50	54
<b>All artists</b>	<b>35,500</b>	<b>31,200</b>	<b>21</b>	<b>34</b>	<b>55</b>

artforms are shown in Table 1.1. It can be seen that there is some variation in these amounts across artforms, with a weighted median of about \$31,000.<sup>5</sup>

In this study, as has now become common practice, three sources of artists’ earned incomes were specified:

- *creative income*, from the artist’s primary creative practice;
- *arts-related income*, from work in areas that use the artist’s creative skills, such as teaching in the artform; and
- *non-arts income*, from work outside the arts altogether.

The sum of the first two of these is referred to as *total arts income*. Table 1 shows the proportions of artists who were able to meet their own individual MIR from these various income sources in the year of the survey. Only about one-fifth of all practising professional artists in the survey were able in the survey year to meet their minimum income needs from their creative work alone, and only about one-third could satisfy this constraint from all their arts work. It can also be seen that almost half of all artists could not meet their minimum MIRs from all their work; for these artists it can be inferred that unearned income such as social welfare payments, support from a spouse or partner, etc. must have been available in order for them to survive.

<sup>5</sup> Note that all monetary amounts quoted in the text and tables of this paper are in Australian dollars (AUD). At the time of the survey, 1 AUD = 0.61 Euro and 0.90 USD approximately.

## Determinants of the minimum income requirement

What factors are likely to be important in determining the minimum level of income that a particular artist might nominate? The first and most obvious hypothesis to put forward is that, in common with individuals or households in general, the MIR will increase with the level of income, reflecting the fact that perceived needs are a relative rather than an absolute phenomenon. Beyond that we can hypothesise determinants that are specific to artists by grouping them into those related to the artist's creative practice such as the individual's degree of establishment as a professional practitioner, and socio-demographic factors such as age, gender, etc. Amongst the former it might be suggested that more established and more highly trained artists might have higher MIRs, whilst amongst the socio-demographic determinants it can be suggested that higher MIRs are more likely for older, more established and better educated artists with a partner and/or children, enjoying secure employment and living in a capital city. On the other hand it is likely that people able to rely on a spouse or partner's income for support will have a lower MIR, as will artists whose expectations have been diminished through having spent periods in unemployment.

In order to formalise these hypotheses and then to test them we draw on the data from the artist survey to define the following variables:

### *Income variables*

MIR	Minimum income requirement (\$ per annum)
CRINC	Creative income (\$ per annum in 2007–08)
TINC	Total income (\$ per annum in 2007–08)

### *Art practice variables*

TRAIN	Received higher training in artform (dummy = 1, otherwise zero)
ESTAB	Fully established (dummy = 1, otherwise zero)
STATUS	Employed on medium or long-term contract (dummy = 1, otherwise zero)
SPOUSE	Spouse/partner income important or very important to support creative practice (dummy = 1, otherwise zero)

### *Socio-demographic variables*

GENDER	Dummy (male = 1)
AGE	Age category (midpoint of age category in years)

*Minimum income requirements of creative artists: some empirical results*

EDUC	Graduate/post-graduate in general education (dummy = 1, otherwise zero)
LOCAT	Lives in capital city (dummy = 1, otherwise zero)
CHILD	Has dependent children (dummy = 1, otherwise zero)
PARTNER	Married/living with partner (dummy = 1, otherwise zero)
UNEMPL	Has experienced unemployment in last 5 years (dummy = 1, otherwise zero)

Descriptive statistics for these variables covering the observations used in subsequent analyses are shown in Table 1.2.

**Table 1.2 – Descriptive statistics**

<b>Writers</b>		Mean	Median	Min	Max	SD	n
MIR	minimum annual income required to meet basic living cost	34,274	31,200	900	93,600	16,022	757
CRINC	creative income earned in 2007-08	18,292	8,132	0	150,000	24,123	757
AINC	total arts income earned in 2007-08	26,606	17,000	0	150,000	27,836	757
TINC	total income earned in 2007-08	38,922	34,200	0	160,000	29,002	757
<b>Arts-practice related variables</b>		yes (%)		no (%)		n	
TRAIN	higher training in artform	0.76		0.24		757	
ESTAB	established as a professional artist	0.61		0.39		757	
STATUS	employed in PAO	0.27		0.73		757	
<b>Socio-demographic variables</b>		yes (%)		no (%)		n	
SPOUSE	spouse's income is (very) important	0.39		0.61		757	
GENDER	male	0.46		0.54		757	
		Mean	Median	Min	Max	SD	n
AGE		47	47	19	87	14	757
		yes (%)		no (%)		n	
EDUC	bachelor/postgrad degree	0.65		0.35		757	
LOCAT	lives in capital city	0.69		0.31		757	
CHILD	children	0.33		0.67		757	
PARTNER	married/living with partner	0.67		0.33		757	
UNEMPL	unemployed experience in the past 5 years	0.29		0.71		757	
<b>Other variables</b>		Mean	Median	Min	Max	SD	n
GAP	income gap (MINIMIC – CRINC)	14,814	19,637	-134,000	87,000	27,938	757
NATIME	hours spent on arts-related or non arts work in 2009	15.61	10.00	0.00	82.00	16.33	757

In order to investigate the determinants of the MIR, we propose a simple model in which MIR is postulated to be jointly explained by TINC and all the art-practice and socio-demographic variables listed above. The following hypothesis is to be tested:

**Proposition 1**

*MIR will be positively related to TINC, TRAIN, ESTAB, STATUS, AGE, EDUC, LOCAT, CHILD, PARTNER, and negatively related to SPOUSE and UNEMPL.*

We test this overall proposition by regressing MIR on the stated variables using OLS. Note that the income variables in this and subsequent analyses are specified as natural logs (LG). The results are shown in Table 1.3.

**Table 1.3 – Determinants of time spent on non-arts work for artists with and without income shortfall <sup>(a)</sup>**

Dependant variable	Only artists with an income shortfall (CRINC < MIT)			Only artists with no income shortfall (CRINC >= MIT)		
	NATIMELG			NATIMELG		
Variable name	Estimated Coefficient	T-Ratio	p-Value (585 DF)	Estimated Coefficient	T-Ratio	p-Value (156 DF)
GAPLG	3.624	6.572	0.000	0.167	1.994	0.048
TRAIN	0.027	0.196	0.845	0.257	1.038	0.301
ESTAB	0.227	1.887	0.060	-0.148	-0.446	0.656
STATUS	-0.078	-0.571	0.568	-0.123	-0.547	0.585
SPOUSE	-0.324	-2.311	0.021	0.008	0.032	0.975
GENDER	0.380	3.242	0.001	0.171	0.792	0.430
AGECAT	-0.032	-6.956	0.000	-0.018	-1.913	0.058
EDUC	0.046	0.352	0.725	0.430	2.114	0.036
LOCAT	0.207	1.619	0.106	-0.245	-0.975	0.331
CHILD	0.026	0.214	0.831	-0.154	-0.681	0.497
PARTNER	0.070	0.508	0.612	-0.193	-0.731	0.466
UNEMPL	-0.442	-3.526	0.000	0.038	0.142	0.887
CONSTANT	-39.907	-6.042	0.000	-0.013	-0.012	0.990
n	597			170		
R2 adj.	0.169			0.043		
F	11.097			1.628		

<sup>(a)</sup> estimation only includes cases where TINC ≤ 250,000 and MIR ≤ 100,000; estimations are based on using heteroskedasticity-consistent covariance matrix.

Not surprisingly we find that an artist's MIR increases significantly with her income; the coefficients suggest that for every \$1000 increase in total income, the MIR increases by about \$200, other things being equal. The other elements of Proposition 1 that are significantly confirmed are the positive relationships between artists' MIRs and their employment status, their age, their overall education level and whether they have children in their care. The signs on other variables in Proposition 1 for which a positive relationship is hypothesised are all in the right direction but the coefficients are not significant. In regard to the hypothesised negative relationships, we note that although both SPOUSE and UNEMPL have the expected negative sign, the coefficients are not statistically significant.

In Proposition 1 we expressed no prior on gender. The results in Table 1.3 indicate that gender is not a significant determinant of MIR.

## **The income gap and the stimulus towards non-arts work**

In this section we investigate the extent to which a shortfall in actual income below the MIR acts as a stimulus to artists to take on work outside their creative practice. We do this by embedding our analysis in a wider exploration of the determinants of time spent at non-arts work, amongst which the income gap is just one contributing factor. Our interest here centres on the effect of a gap between the artist's MIR and her *creative* income, i.e. on the capacity of the artist's core creative practice alone to provide sufficient income to meet basic living costs. We note from Table 1.1 that for roughly four out of every five artists in the survey, their creative practice provides insufficient return to meet their MIR.

Because the income data in our survey relate to the financial year 2007-08, and the time allocation data used to indicate the amount of time devoted to work outside the core practice relate to 2009, we are able to hypothesise a lagged relationship between the income gap and the artist's work pattern. To initiate the analysis we define the following variables in addition to those already specified above:

NATIME	Mean amount of time spent on work outside the creative practice in 2009, i.e. on arts-related plus non-arts work (hours per week)
GAP	MIR – CRINC

The GAP variable thus measures the shortfall in creative income with regard to the MIR in 2007-08; it will obviously be negative for cases where actual creative income exceeded minimum requirements.

The essential hypothesis to be tested here relates to the influence of the income gap on time spent outside the creative practice. We assume that as an artist's creative income rises, the point where  $CRINC = MIR$  constitutes a break point triggering behavioural change. Dividing our sample into two around this point into those for whom  $CRINC < MIR$  and those for whom  $CRINC > MIR$ , we can hypothesise that in general artists in the former group will have a strong incentive to undertake non-arts work, whereas for those in the other group, the opposite will apply. It is reasonable to propose that this pattern will obtain across all variables in our analysis, with the exception of that indicating reliance on a spouse's income – in this case the artist is likely to have less need to take on outside work regardless of other factors.

Thus we formulate the following hypothesis to be tested:

### **Proposition 2**

*The relationship between NATIME and GAP will be positive for those artists for whom  $CRINC < MIR$ , negative where  $CRINC > MIR$ . Other variables will follow a similar pattern, although the relationship with SPOUSE will be negative in both cases.*

This proposition is tested by regressing NATIME on the other variables using OLS. The results are shown in Table 1.4.

The strong positive effect of GAP on NATIME can be seen when GAP is positive, in accordance with Proposition 2. However, the effect does not go so far as to turn negative when GAP is negative. Nevertheless it can be seen that the GAP coefficient in the second equation is considerably smaller than in the first, and is not statistically significant, indicating at least that the income gap is no longer an important determinant of non-arts time once the MIR threshold is exceeded. More generally, however, it can be seen that whereas the first equation does provide some significant explanation of the variation in NATIME, the second does not, indicating in the latter case that neither the income gap nor the other variables in the model taken as a whole are relevant to artists' decisions on the amount of non-arts time they undertake, when their income levels are satisfactory. If we disregard the significance levels both of the fitted equations and of the estimated coefficients, and concentrate on directions of behavioural shift broadly implied by these results, we can make some general observations. We note, for example,

**Table 1.4 – Determinants of the absolute level of minimum income required to meet basic living costs (OLS Regression)\***

Dependant variable		MIRLG	
Variable name	Estimated Coefficient	T-Ratio	p-Value (741 DF)
TINCLG	0.145	7.036	0.000
TRAIN	0.005	0.120	0.905
ESTAB	0.044	1.145	0.253
STATUS	0.090	2.408	0.016
SPOUSE	-0.014	-0.328	0.743
GENDER	0.022	0.650	0.516
AGE	0.005	3.014	0.003
EDUC	0.083	2.131	0.033
LOCAT	0.041	1.032	0.302
CHILD	0.245	6.656	0.000
PARTNER	0.060	1.364	0.173
UNEMPL	-0.016	-0.415	0.678
CONSTANT	8.375	34.440	0.000
n	755		
R2 adj.	0.2048		
F	17.179		

\* Estimation only includes cases where  $TINC \leq 250,000$  and  $MIR \leq 100,000$ ; estimations are based on using heteroskedasticity-consistent covariance matrix.

that there are the expected positive signs on nine out of twelve explanatory variables (excluding SPOUSE) in the first equation, and the expected negative signs on six out of twelve in the second. Evidence for a behavioural switch in the hypothesised direction appears to be clearer for established, male and older artists. The hypothesis concerning artists who gain support from their spouse is confirmed, with negative coefficients on this variable in both equations.

## Conclusions

The minimum income requirements of artists are recognised in theories of artists' labour supply choices and time allocation decisions as significant determinants of behaviour, yet they remain a rarely investigated aspect of artists' working lives. In this paper we have explored three questions relating to this phenomenon: What are the absolute and relative income levels that artists express as their minimum requirements to meet the essentials of life? What factors help to explain these

minimum income levels? And to what extent is a shortfall in creative income or possibly other variables important in propelling artists towards taking on work outside their creative practice?

Three conclusions can be drawn from our results. First, surveys in many countries have shown that the income situation of professional artists is dire, and our results indicate that Australian artists are no different. The data from the survey on which this paper is based show that in the survey year only about 20 percent of practising professional artists in Australia met their minimum income requirements from income earned from their creative work. Moreover around half of the artist population were not meeting their minimum income requirements even when all their income sources were taken into account.

Secondly, the level of minimum income that artists identify is clearly related to their total income, reflecting the relativity of basic needs. After controlling for income, we find that minimum income requirements are explained by variables such as age, having dependent children, and the individual's general level of education; these variables are not art-specific, implying that artists face income needs very similar to the general population.

Thirdly, for artists whose actual income falls short of their minimum income requirements, our results establish a clear and significant link between the size of the shortfall and the amount of time they spend at non-arts work. In other words, the income gap is an important stimulus in obliging artists to seek alternative income-earning opportunities. This effect is independent of the artist's degree of establishment or her training; however the effect is moderated for artists who are able to rely on the income support of a spouse or partner.

Overall, we conclude that the minimum income constraint is an important determinant of artists' behaviour. Failure to meet the constraint leads to a diversion of artistic talent and creativity, with consequent loss of creative output. These observations reinforce the importance of income-support measures for artists as a component of arts policy.

## Bibliography

- Alper, Neil. O. and Gregory H. Wassall. 2006. «Artists' careers and their labor markets». In *Handbook of The Economics of Art and Culture*, eds. V. Ginsburgh and D. Throsby, vol. 1. Amsterdam: North-Holland: 813-864.
- Bryant, William D. A. and David Throsby. 2006. «Creativity and the behavior of artists». In *Handbook of The Economics of Art and Culture*, eds. V. Ginsburgh and D. Throsby, vol. 1. Amsterdam: North-Holland: 507-529.
- Cowen, Tyler and Alexander Tabarrok. 2000. «An economic theory of avant-garde and popular art, or high and low culture». *Southern Economic Journal*, 67 (2): 232-253.
- Deeming, Christopher. (2005). «Minimum income standards: how might budget standards be set for the UK?». *Journal of Social Policy*, 34 (4): 619-636.
- Gilley, Otis. W. and Gordon V. Karels. 1991. «In search of Giffen behavior». *Economic Inquiry* 29 (1): 182-189.
- Ginsburgh, Victor and David Throsby eds. 2006. *Handbook of The Economics of Art and Culture*, vol. 1. Amsterdam: North-Holland.
- Menger, Pierre-Michel. 2006. «Artistic labor markets: Contingent work, excess supply and occupational risk». In *Handbook of The Economics of Art and Culture*, eds. Ginsburgh and Throsby, vol. 1. Amsterdam: North-Holland: 765-811.
- Robinson, Michael D. and Sarah S. Montgomery. 2000. «The time allocation and earnings of artists». *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 39 (3): 525-534.
- Sen, Amartya. 1981. *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*. Oxford: Clarendon Press.
- Throsby, David. 1994. «A work-preference model of artist behaviour». In *Cultural Economics and Cultural Policies*, eds. Alan Peacock and Ilde Rizzo. Dordrecht: Kluwer: 69-80.
- Throsby, David. 1996. «Disaggregated earnings functions for artists». In *Economics of the Arts: Selected Essays*, eds. Victor Ginsburgh and Pierre-Michel Menger. Amsterdam: North-Holland: 331-346.
- Throsby, David. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, David and Anita Zednik. 2010. *Do You Really Expect to Get Paid? An Economic Study of Professional Artists in Australia*. Sydney: Australia Council for the Arts.
- Wassall, Gregory and Neil Alper. 1992. «Towards a unified theory of the determinants of artists' earnings». In *Cultural Economics*, eds. Ruth Towse and Abdul Khakee. Heidelberg: Springer: 187-200.



## Capítulo 2

# Talent and inequalities: what do we learn from the study of artistic occupations?

## Introduction

Talent has become a buzzword wherever value creation is at stake. Young managerial and professional workers are ranked according to their talent potential, as they are hired by a company, so that the best 10% or 20% are fast-tracked, with a steeper learning curve, and with more opportunities to demonstrate inventiveness and creativity. Is talent just another name for ability, as contrasted with skill? I want to show how talent is understood in one realm where it is obsessively sought after, that of the arts, and to what extent the talent factor can help explain differences in reputation and income, which can be extreme in the arts.

The common sense view is that the ultimate cause of differences in artist success levels is talent. But how can talent be defined, and what is its origin? The standard answer is cast in terms of gift and calling: talent is the expression of abilities that seem to originate in the genetic lottery, especially if they manifest themselves early in the artist's life; this genetic capital enters into a nurturing family and social environment that fosters its development. With this posited, all that remains to be done is inventory the unique traits of exceptional talent and see what reactions its products elicit, thereby determining whether the creative activity of the genius in question is supported, ignored or thwarted in the world of his or her contemporaries or the most influential of them. A biographical account of this sort amounts to a narrative of the adventures and misadventures of expressions of pure talent in favorable or less-than-favorable environments. But if «talent» is the point of origin to which all other factors implicated in success

are tied, in accordance with a determinist schema of propulsive causality, then what remains to be explained?

And on the demand side, how are talent and its products discovered and assessed by audiences? An essentialist understanding of talent or genius would postulate that gaps in degree of material and symbolic «consecration» (fame, recognition) in the arts and sciences are due to proportionate differences in aptitude and that the peer community (in sciences) and the varied sets of audiences (for the arts), even if imperfectly informed or unequally «cultured», will necessarily recognize, sooner or later, the value of this or that work of art by producing an aggregate value judgment, thereby providing a universal foundation for that judgment and perception of difference.

But if things did in fact happen this way, the factorial breakdown of causes of inequality in artist earnings should be able to capture the influence of determinants as strong as aptitudes, with which individuals may be unequally endowed. As I will show, this is precisely what wage equations fail to do. So we have to find another explanation for those inequalities.

I am interested here in how far analysis of artist careers and remuneration can go if it confines itself to classic social science variables; specifically, the training variable, usually granted the greatest explanatory power in analysis of individual labor market trajectories. We will see that this factor does not go far in explaining the phenomena in question; we need to go further. Is ability what determines probability of success? Could it be claimed that unequal abilities are what account for unequal degrees of success?

If abilities were readily definable or observable there would be no uncertainty about success. It is precisely such uncertainty that fuels creative work, and the competition and innovation within the various art worlds. The reason those worlds proceed by constantly reiterated comparison is that the wellsprings of artistic invention and originality cannot possibly be fully determined. But what is the value of the evaluation procedures used in the trials of comparison, ranking, selection and elimination that may be said to constitute the routine of the professional artist's career? There would seem to be innumerable sources of bias.

## **Artist training and artist income**

Using data from surveys, we can sketch the following portrait of professional artists in the major developed countries. They are young,

younger than workers comparable educational qualifications; their educational attainment level is above average; artists are more likely to live in metropolitan areas; their self-employment rates are high; the proportion of women professional artists is continually rising; the number of artists has been increasing faster than the workforce as a whole.

The same surveys tell us that, given artists' level of education and social status, their earnings are below the average found for their occupational category.

The earnings gap remains high even when controlling for several of the factors mentioned above.

The poor fit of earnings equations signals one reason for the income gap: whereas education or training (measured by length and type of educational degree or certification obtained) is usually a crucial factor in the analysis of earnings gaps between individuals and occupational categories, its explanatory power for artist income is low. Why?

I review two possible explanations. The first lies in the heterogeneity of the art sector. Not all art disciplines demand the same degree of initial specialized training. Admittedly, differences between disciplines are not stable. The existence and content of art training varies over space and time. Moreover, dispersion cuts across artistic disciplines. Think of the stark contrast between classical and popular music.

The second reason lies in the composition of artists' income. Investment in specialized artistic training yields returns which defy standard earnings analysis. There are two types of causal relationship between training and income: that between training and probability of obtaining paid work, and that between type of work done and income level. The first is radically different from the link between educational degree and employment prospects in the classic labor market; i.e. landing a job that will involve a stable, lasting relationship with one employer. Most creative artists' work situations are characterized by numerous, often brief transactions with several different employers.

The career construction process may be described as a stochastic one: the probability of working at any given moment is determined first and foremost by the value of the artist's performances or works in the preceding period (rather than the power of any art school degree).

Not only is an artist's activity discontinuous, but some of his or her jobs are in art and some are not. The employment survey data used to estimate wage equations do not distinguish between income from art-related activities and income that artists find doing «extra-artistic» jobs. According to a wide range of international surveys, artists come out at

the top of the list of occupations whose practitioners hold multiple jobs. Indeed having a high training level also raises the probability of earning income in adjacent employment should the artist need to develop a resource portfolio.

Thus, once multiple jobholding has been taken into account, we find that artists' investment in training has a positive effect on expected earnings from non-artistic activities but no effect whatsoever on art-related earnings. Disaggregating income enables us to locate the main source of inter-individual inequalities. Artists' earning levels and their skewed distribution are an overall monetary expression of the risks they take, but also of how they manage those risks. Income breakdowns by multiple jobs show that income gaps are significantly narrower for secondary employment than for the «calling» (the vocational work, or «labour of love»).

The result of this complex combination of income sources and effort as distributed among multiple jobs is in itself quite simple. All national surveys show that earnings inequality, income variability over time, and unemployment and under-employment rates are higher among artists than for nearly all the other occupations in the same statistical category. Neil Alper and Greg Wassall have calculated that in the United States in the last 60 years, occupational income inequality among artists increased faster than for other categories of «professional, technical and managerial workers». Of a total of 123 higher occupations, nine of the 11 art occupations figured among the 15 occupations with the highest degree of internal income variation. Among the nine, actors and musicians showed the widest variations (Alper and Wassall 2006).

Income distribution in art occupations generally follows the Pareto curve: one-tenth of professionals in the given field earn half of all annually distributed income; one-fifth earn 80%.<sup>1</sup> In sum, in art there are more individuals earning nothing—or less than nothing after art-related expenses—than in any other higher occupation. At the other

---

<sup>1</sup> This inequality law is likewise illustrated by statistics available in France on the income that «author-artists» (e.g. writers, photographers, composers) earn from their art activity as declared to the social security management organization they are affiliated with (and excluding income from adjacent activities or jobs that support the art career). In 2005, 45% of distributed income went to 10% of visual artists while half of all royalties income went to 10% of self-employed authors. Likewise, 44% of performing arts earnings (unrelated income sources not included) went to 10% of performing artists (primarily actors, musicians, dancers and circus performers), a category defined extremely broadly as anyone paid for performing at least once in the given year (2004). See E. Cléron and F. Patureau (2007a and b), C. Marchika (2008).

extreme we have the elongated tip of the distribution, signaling the presence of artists with astronomically high incomes – a level that brings to mind lottery payoff matrices. Thus, whereas the distribution of human capital factors of the sort included in wage equations typically forms a bell curve wherein individuals of the given population are fairly symmetrically distributed around mean values and the majority of individuals are at the center of the distribution, here we have an extremely asymmetrical curve. Earnings distribution is structured entirely differently from the skills and qualifications distribution associated with wage equations. To what mechanisms of the art labor market should this discrepancy and the resulting extreme inequalities be attributed?

## **Job stratification and inequalities**

Let's take a closer look at the multiple job holding combination. Jobs in the portfolio are certainly more or less enjoyable, fulfilling and well-paid. But they belong different categories of jobs according the sociological theory of job stratification I'll now refer to.

Arthur Stinchcombe suggested distinguishing between two categories of activities and professions. In the first category he put activities in which a talented professional's work contributed significantly to the success of the team or organization.

It is in these professions that competition to attract and remunerate individuals deemed exceptionally talented is fiercest, and it is here that earnings concentration creates winner-take-all or winner-take-the-most situations. In this category Stinchcombe cites scientific research, university teaching, the entertainment industry (cinema, radio and television, concerts, shows and performances for a wide audience), and sports. Talent in these sectors or professions is a «complementary» or multiplicative production factor. For example, the exceptional value a researcher has acquired will help obtain high research funding for his team or university, just as the reputation of a particular singer may considerably increase the given show's chances of success. Let's call these jobs «star jobs», following Baron and Kreps' reworking of Stinchcombe's stratification model.

There is another significant aspect: that of how a good or bad performance may affect a given activity. In star jobs, even a poor performance does not damage the organization or firm too much, while a good performance can bring it considerable gains. In such professions,

the probability of obtaining an exceptionally fine result is low, and most performances produce average results. The cost for the company of hiring an average professional is low compared to the profits it will reap if it finds someone exceptional, and this leads to an employment policy or contract relationship that brings in a great number of different individuals, the aim being to find the «real gem».

In the second category of activities, even spectacularly excellent individual contributions cannot bring the organization or team any additional reputation or profit. In these occupations, the skills required for performing the activity are an «additive» production factor and they are more homogeneously distributed among the individuals concerned. In high school and middle school teaching, manufacturing, crafts and craft industries, the presence of professionals who perform exceptionally well (or poorly) does not significantly affect the amount of prestige (or discredit) for the occupation in question.

Yet a poor performance may be disastrous. A pilot who keeps to a flight schedule and lands his aircraft gently is of course valuable, but if he misses his landing, the result of his poor performance will be incomparably more damaging than the good performance is beneficial. These types of jobs can be called «guardian jobs», according to Baron and Kreps, and they are generally found in complex production systems where worker interdependence is strong and overall performance is determined primarily by any poor-quality individual contribution. These jobs imply tough initial selection and long apprenticeship periods.

Finally there are the «foot-soldier» jobs, where variation in individual performance has a limited impact and the range of individual differences is slight. Here the success of the organization depends on the aggregation of all individual performances. Employees are hired on the basis of a simple wage negotiation: anyone who accepts the proposed wage gets hired.

Now recall the multiple job portfolio of a typical artist. We find the two or three types of job mentioned in the functional analysis:

- Artist (creator, solo performer) is obviously the «star» job;
- The supplementary artistic or intellectual activity (i.e. the teaching associated with a career in painting or composing, the journalism associated with a writing career, etc.) falls into either the «guardian» or the «foot-soldier» job category ;
- Lastly, extra-artistic activities are usually the equivalent of foot-soldier jobs.

## **Relative comparison and dynamic amplification of differences in talent**

Star jobs (i.e. primary artistic activities) are those that earn their successful incumbents the highest rewards (monetary and non-monetary, such as esteem and social recognition) and those in which cultural enterprises such as publishers, gallery owners, recording and film companies are very clearly looking for the rare gem.

How do they do that? How to detect talent? I contend that overproduction and the ensuing use of tournament-like processes of selection of artists and items in the market are rational responses to the issue of talent detection and testing.

It would be easy to evaluate artists and their work and perceive qualitative differences if everything could be assessed in absolute terms, on the basis of a univocal scale and a stable set of perfectly unambiguous criteria. But this is not the case. As noted, the fundamental properties of the activity are unlimited differentiation of commodities and originality-driven competition. In contrast to a timed athletic performance or problem resolution, aesthetic originality and artistic value can only be measured in relative terms.

But how can quality be measured in relative terms? Through rankings and remuneration scales and career advancement profiles that take the form of tournaments (competition for specific prizes in music, auditions and casting sessions for actors, literary awards, hit-parade lists, critics' evaluations, etc.), wherein assessment is based on incessant comparison. Artists work to differentiate themselves from each other on several points, and this in turn sustains competition based on originality; meanwhile, critics, art world professionals and market intermediaries (producers, employers, organizers, agents) and consumers are constantly comparing and ranking them. The cultural knowledge required for appreciating and assessing art works can be defined as the sum of significant comparisons an individual is capable of making, explicitly or implicitly, for the purpose of attributing meaning and value to a work of art. In this way, works that were initially merely juxtaposed by the law of originality get hierarchically ordered by art world professionals and audiences in terms of preferences and investments, through a long, trying series of competitions and comparisons. What is called «talent» can be defined as the quality gradient attributed to the individual artist by comparisons that cannot be supported by any absolute external reference points or touchstones.

The difficulty of defining talent derives from the fact that it is not arbitrary value but rather purely differential quality.

Taken together, these three characteristics correspond to and are reflected in the way cultural entrepreneurs operate. Their strategy is entirely organized around two moves: exploiting uncertainty and reducing it.

Very little is known of the ingredients for success; uncertainty about the market potential of each work and innovation leads each company to multiply its bets on artists, and this in turn leads cultural industry entrepreneurs as a whole to offer excess supply.

As soon as the cultural entrepreneurs manage to identify an artist with «high potential», they set about over-exposing him or her and pulling all the levers that will trigger movements of contagious imitation in the general public. They do this by exploiting the self-reinforcing dynamic that transforms an artist's success from an effect into a cause of the quality consumers attribute to him or her. They may then seek to «develop» an artist who is enjoying early success, just as is done with scientific inventions or technical innovations in R&D. Thus, after using uncertainty about who will come out a winner by exploiting competition through originality, they now work to reduce uncertainty about a clearly promising artist's chances of future success by transforming his or her instantaneous asset of lasting value in which they can now continue to invest.

What does a career modeled on a competitive tournament look like? According to J. Rosenbaum's model (1979 and 1984),<sup>2</sup> the tournament mechanism requires (i) substantial interindividual differences, as these justify the fact that the most deserving win out over others; (ii) imperfect information on individual aptitudes, as this requires reiterated contests (to obtain the information), in contrast to activities in which aptitude seems unambiguously measurable; (iii) significant past accomplishments, as this influences chances of succeeding in the present (in contrast to the door-to-door salesman in Rosenbaum's example, whose previous success

---

<sup>2</sup> These studies focus primarily on career management in organizations, showing how tournament mechanisms and eliminatory contests are implicated in organizing upward mobility in organizations that value the non-objectifiable productivity factors called talent and potential; i.e., just those quality differentials that are visible only through relative-comparison tournament mechanisms. In *L'économie du star-system* (2002), F. Benhamou explores in detail the economic literature aimed at accounting for disproportionate gaps in earnings and fame and provides a full set of data to substantiate the models presented. She analyzes competitive examinations/art contests and artist rankings in France, finding Sherwin Rosen's model (1986) extremely relevant and helpful.

rate will not really influence the chances of his succeeding with his next customer); and (iv) an effective/efficient system for interpreting information on past accomplishments. These hypotheses derive from two simple observations: it is difficult or impossible to specify and directly measure the nature and exact quantity of resources (aptitudes, effort, acquired skills) individuals are using, and the value of the result or accomplishment can only be assessed through ordinal rankings.

Rosenbaum's hypotheses correspond closely to what I have been analyzing here. For example, if we postulate that there are indeed differences in artist aptitude and productivity, what characterizes those differences? The answer is valid for analysis of success not only in the arts but also the sciences, sports, politics and business.

Certain qualities can be measured (intellectual capability, physical and psychological qualities), and they function as necessary, readily detected conditions; i.e. when competition is governed by succeeding in initial scholastic and higher education tests, since quickly achieving scholastic success means attending good schools where one will then come into contact with high-level teachers and fellow students, all of which will procure what are called cumulative advantages, examined in detail below. Other qualities can be documented through biographical exploration: quantity of work, tenacity,<sup>3</sup> fertility of the individual's imagination; his or her aptitude for «divergent thinking», a wellspring of creative invention, and the individual's ability to concentrate on activities that so intensely stimulate his or her interest that intrinsic motivation functions as a kind of ideal lever for near-obsessive behavior of a sort that combines the values of work and play.<sup>4</sup> The hierarchy of these qualities varies according to the nature of the activity under consideration. Having a substantial advantage in a specific area of activity

---

<sup>3</sup> John Huber considers talent (manifested by productivity over a given period – e.g. a year) and tenacity (manifested by length of time during which the individual is productive) to be the two decisive criteria for success in a scientific career and hypothesizes that continuous distribution of these two qualities in a population of scholars or scientists is highly skewed, creating the observed Pareto inequalities. See Huber (2001). Michèle Lamont and her colleagues conducted studies on peer review of social science grant applications. Here the originality criterion plays an important role. But can it be universalized in keeping with Merton's ideal? These authors argue that multiple psychological, moral and cultural considerations are implicated in evaluation and work to define a given grant project's degree of originality. See Joshua Guetzkow, Michèle Lamont, Grégoire Mallard (2004); Michèle Lamont, Marcel Fournier, Joshua Guetzkow, Grégoire Mallard, Roxane Bernier (2006).

<sup>4</sup> See studies edited by Robert Steinberg (1999) and Mihaly Csikszentmihalyi (1991).

gives candidates for success in that area a means of attaining the next level in the competitive selection process. But from this point onward, reasoning in terms of success factors become spurious, because above and beyond a certain threshold, the advantage that derives from having a greater quantity of one or another of these qualities and, for example, far greater intellectual capabilities than the candidates against whom one is competing, no longer really increases one's chances of succeeding in the activity in question. It is of course the *combination* of various types of qualities and skills that counts, but there is no detectable ideal formula for an optimal combination or optimal proportions of those qualities and skills.<sup>5</sup> We know that the distribution of those qualities and their indecipherable combinations creates sharp inequalities in chances of success, but it is impossible to estimate those inequalities *a priori*. This is why people engage in relative comparison.

In this context, artists' careers can be analyzed as a stochastic process:<sup>6</sup> young artists themselves are uncertain about the quality of their work, and their exhibitions, publications, performances or concerts constitute a series of assessment ordeals and tests. If initial evaluations by peers, critics and members of their reference group are favorable, they will choose to pursue the profession. Artists who do not succeed in this first career phase are exposed to a cumulative disadvantage mechanism. Whether an artist stays in the career in the hopes of overcoming the negative effects of a poor start depends on his or her available resources for managing occupational risk (multiactivity, unemployment insurance coverage when one is underemployed, diversifying areas of activity in

---

<sup>5</sup> It is in the United States that we find the most abundant supply of literature – scientific studies but also introductory works for a broad readership and best-sellers – on creativity, geniuses and exceptionally gifted persons. The high degree of American tolerance for inequality (relative to the French) and American readiness to value spectacular success are anchored in meritocratic individualism, which chooses to see exceptional talent as an illustration of the ultimate indeterminateness of success. Simultaneously, establishing a list of separate success factors provides criteria on the basis of which to select talent, develop creativity and search for signs of being «chosen» for an uncommon destiny. For an attractive presentation of this analysis of «ingredients» for success – a book that itself became a best-seller – see Malcolm Gladwell (2008).

<sup>6</sup> Glenn MacDonald (1988). MacDonald's model was tested by Marx Fox and Paul Kochanowski (2007). Using data on the American record and CD market from 1958-2001, the authors show how market success or failure of singles acted as an elimination screen that allowed only a certain percentage of candidates to record entire albums, as these required much heavier production investment. They also show how quality (measured unidimensionally) is not the only explanatory criterion: several socio-demographic variables may explain inequalities in access to success.

which to acquire visibility, entrepreneurial initiatives, public subsidies) and the value he or she attributes to the non-monetary gratifications of the activity compared to that of alternative activities that he or she would be more likely to succeed in.

If we consider the reputation hierarchy at a given moment, it appears to display substantial differences in quality, as revealed through a series of consecutive comparisons and competitions. But as James Rosenbaum (1989) points out, comparison and rankings do not merely reveal unequally distributed qualities nor select individuals on this basis. These competitions cause contestants' careers to diverge, despite the fact that their aptitudes may be similar or, according to radically relativist reasoning, equivalent. The fact that earnings and reputation are concentrated in a very small number of individuals means that differences in success are wildly disproportionate to aptitude or «talent» gaps. The signal transmitted by an artist who wins a competition or contest works as the lever in a process of reputation accumulation. But does such intensification of an artist's reputation represent greater intrinsic quality that would necessarily have become obvious and «grown»? Or does the reputation of an artist who has become famous have the effect of positively skewing perceptions of his or her quality compared to his or her competitors?

## Rosen's model

In his oft-cited article, Rosen (1981) examined the phenomenon of superstars in art, sports and the liberal professions, activity sectors that typically encompass what he calls *star jobs*, characterized by the fact that the perceived talent of those who hold them is considered scarce and highly desirable. Sherwin Rosen's model has two properties: it posits difference in degree of talent and demand sensitivity to that difference. His explanation is therefore close to the essentialist understanding mentioned in my introduction, wherein talent is an exogenous factor. But it also differs from that approach in that it shows how differences in artist remuneration can be extremely disproportionate to differences in artist talent. Rosen's initial distinction is quite simple:

Some tasks are so routine and so circumscribed by existing practice that nearly any competent person achieves about the same outcome. Others are more difficult, more uncertain, and, this being so, allow greater possibilities

for alternative courses of action and decision. Such tasks offer greater scope for superior talent to stand out and make its mark. More capable physicians spend smaller fractions of their time on routine cases and larger fractions on difficult ones than do physicians of more modest ability (Rosen 1983).

In the latter type of occupation, goods and services are highly differentiated, expertise and originality highly valued, and perceived differences in quality are of decisive importance in orienting consumer preferences. At a given price for a good or service, a consumer's utility will be greater if she chooses a professional who is considered more talented than another. A surgeon with a 10% greater ability to save lives than others will be in great demand, and his fees will exceed those of his colleagues by much more than 10%: his total earnings will thus be highly disproportionate to the quality gap distinguishing him from them. Professionals of superior talent therefore enjoy the two-fold advantage of being able to sell their services at a higher price and working more to meet demand—as long as they can find a means of meeting relatively intense demand without sacrificing the quality of the good or service they're selling. In this model, performance quality difference amounts to an intrinsic value: it can be perceived without bias.

In the case of art commodities, the mechanism that concentrates earnings in a professional elite is of course also activated by consumer perception of differences in quality. That perception orients demand toward artists deemed to have superior talent.

If the commodity can be reproduced (book, CD, film, video, etc.), artist and production company can simultaneously serve far larger markets. Very well-known artists make intensive use of joint consumption technology. Traditional ways of physically duplicating commodities, broadcasting, and the cascade of innovations resulting from digitization and the development of trading networks of all sizes which enable the instantaneous exchange of digitized content mean that artists in these areas can now cater to a global market.

The superstar is someone whose audience is enormous relative to the scale on which most of us operate. Personal markets of that magnitude are almost exclusively sustained by use of media as a cooperating resource. These markets represent technologies that, in effect, allow a person to clone himself at little cost. More precisely, costs do not increase nearly in proportion to market size; ... Once an author delivers a manuscript to a publisher, it can be duplicated at small expense practically indefinitely. A television or radio program is communicated virtually costlessly and identically to whomever

happens to tune in. The performer or author puts out more or less the same effort whether one thousand or one million people show up to listen to the concert or buy the book.<sup>7</sup>

And even if the commodity in question cannot be reproduced, as with a painting, or if the service or performance can only be done live, as in musical or theatrical performances, current developments in information systems and artist mobility have expanded these artists' potential market to global proportions: the demand for fine arts, and classical and lyrical music performances on a world-wide scale is concentrated in a small number of artists, giving extraordinary leverage to their reputations and careers.

The second essential point in Rosen's model is talent's power to attract demand. Obviously, in contrast to the surgeon, the quality of the artist and the artistic commodity represents subjective utility, but quality differences which generate greater subjective utility are an inherent feature of the service demanded by the audience – they are precisely what the consumer is looking for. Without the hypothesis that quality differences play a fundamental role in orienting consumer preferences, we would not understand why there is competition among artists. For, as in the case of the surgeon who saves more lives than another (but with far less dramatic consequences), an artist deemed to be superior is much more desirable than an artist of inferior quality, and this holds true without consumers being subjected to any kind of external influence. Two concerts, exhibitions or films of moderate quality will not give me as much satisfaction as one high-quality concert, exhibition or film. The comparative advantage of quality perceived as superior is powerful enough to trigger demand concentration and therefore celebrity and great wealth for those artists reputed have the greatest talent.

But how much «greater» than other artists' talent does a given artist's talent have to be to generate demand in this way? Referring to classical musicians, Rosen notes: «Interestingly, income differences between first-rank and second-rank performers are substantial, even though, in a blind

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 455. Rosen's model has been applied to various areas of activity. Among the most recent applications is an ingenious study by Xavier Gabaix and Augustin Landier on pay for American CEOs. The authors demonstrate that though CEOs are ranked by talent, hiring the CEO in 250<sup>th</sup> position instead of CEO number 1 would result in a mere 0.016% loss of company value, whereas CEO number 1 is paid five times as much as CEO number 250. The explanation lies in demand intensity from companies looking to hire a CEO. See Xavier Gabaix and Augustin Landier (2008).

hearing, an infinitesimal portion of the audience could detect more than minor differences among them.»<sup>8</sup> His model goes further than claiming that returns to talent are increased by larger markets, themselves the result of media and communication technologies, professionals' and consumers' spatial mobility, and the globalization of trade and elite careers. He also claims, and seeks to explain, how minimal differences in talent among professionals can suffice to concentrate disproportionate demand on those deemed either significantly or slightly more talented than others and to win them a reputation and opportunities for working that will greatly enhance and bolster their competitive edge for an indeterminate length of time.

If we decide that difference in artist talent is exogenous and that it is decisive when it comes to income gaps, then it is logical to assume that the value of an artist's talent will be a function of the intensity of demand for that artist. Consumers, then, are sensitive to differences in artist quality. But what accounts for their perception of such differences, even minimal ones? Direct experience? Acceptance of professional critics' evaluations? Informal evaluations exchanged in social circles (word-of-mouth)? Imitative contagion? Information and cultural industry marketing pitches? All of the above, or some combination of it (depending on commodity and audience)? Some combination of signals?<sup>9</sup>

It is possible to establish a graduated scale of consumption behavior. At one end of the spectrum, a consumer who lacks direct information on the presumed value of available supply and lets himself be guided by others' choices in a situation of weakly informative mimetism; at the other, an expert consumer who invests in knowledge of artistic production (a given artist, period, genre, etc.) and converses with other cultured individuals. Between the two, there is a wide range of intermediate situations and variability in individual consumer behavior.

Consumers have preferences that are situated within a triangular force field: they both benefit from the extreme variety of supply and reduce that variety by the information they acquire from observing others' behavior and conversing with others, all the while converting experiences into investments that build a space within which to make choices.

Note that in Rosen's model, the entire analytic dynamic is on the demand side in that what accounts for successes disproportionate to relative differences in quality is the way demand behaves, specifically,

---

<sup>8</sup> Rosen (1983), «The economics of superstars», *American Scholar*, p. 453.

<sup>9</sup> See P.-M. Menger (2009) chap. 6, for a detailed discussion of this issue.

whether or not it increases. Changes in demand cannot be understood if we do not see that consumers learn, seek information, talk to each other, imitate each other. But how can we describe artists' behavior? We cannot simply assume that they have passed competitive tests and overcome ordeals that enable them to reach vast markets, on the understanding that they have been endowed from the outset with talent and that that talent need only be expressed in order for them to succeed. What do *they* learn in the course of those competitive career ordeals that then enables them to affect the course of events? What mechanism offers a convincing explanation for artists' behavioral dynamic?

## Merton's model

The cumulative advantage model makes it possible to analyze social inequalities as the product of a dynamic of increasing divergence between trajectories that originated in a situation of nearly equal opportunity. The argument is as follows: an individual, a group, a company whose characteristics are all quite close to those of their competitors manages to obtain a minimal advantage over them. This advantage may consist in a particular aptitude, an investment opportunity, the good fortune of having invented something, or luck pure and simple. At first it only puts them in a slightly better position, but that situation will then improve and their advantage will increase to the point of causing considerable inequality in the distribution of benefits (income, profits, prestige, market clout).

This model, known as the Matthew Effect, comes to us from sociology of science. Merton began with the hypothesis that considerable inequality in success and reputation in scientific careers as measured by impact, financial income, obtaining of high status positions, symbolic remuneration, prestige and social recognition can very well result from an initially insignificant difference in the intrinsic quality of the individuals in question (Merton 1968, 1988). The hypothesis does not put all possible candidates for a career in the sciences (or the arts, or any world that values individual creativity) on the same starting line; the point rather is to compare the professional trajectories of individuals endowed with equivalent training, skills, and economic and social resources.

This way of describing the action system and actor behavior leads to the following explanation of how the gap between two scientists tends to increase with time. A researcher who has called attention to himself

by producing high-quality studies early in the career will have readier access to work resources and an easier time publishing, and his works will be cited more frequently (than a researcher displaying none of these characteristics). Overall, what he produces will benefit from a kind of halo effect, brought about by the reputation acquired with his most important productions.<sup>10</sup> His advantage is twofold. First, for a given study, the chances of obtaining rewards (additional resources, a more competitive research team, stronger market power in the competition for the best academic positions) is greater for a researcher of higher status, and this holds even for research of a quality no higher than the average produced by his colleagues. Because even if the work of a less renowned colleague is of comparable quality, as can readily be imagined for article co-authors, for example, the more prestigious author will get more recognition. Second, as Joel Podolny notes in his commentary on Merton's model, it is easier – i.e. less costly – for a high-status researcher to produce work of a given quality level. He is more likely to be invited to present his work at high-level institutions, and he can hope to improve his work through more fruitful exchanges. In the stratified academic world, his value gives him market clout that will help him get hired by a strong, renowned university and in negotiating a better ratio of teaching hours to research time than elsewhere. He is more likely to develop collaborative projects with scientists at his own level or higher, and to attract brilliant students who will invest heavily in their doctoral studies, which in turn will lead to later collaborations with them, of which he will reap most of the benefits.<sup>11</sup>

As Thomas DiPrete and Gregory Eirich (2006) point out, Merton's cumulative advantage model leaves open the question of differences in talent. There is no reason not to assume there could be real differences in talent or aptitude, but the cause of increasing inequality may be purely random as well.

Let's go back to the start of the fame accumulation process. Can reputation be entirely disconnected from talent? The cumulative advantage mechanism kicks in as soon as a gap in the performances of a set of candidates for success appears and one young scientist obtains an advantage over the others. The explanation lies in the self-reinforcement mechanism: the scientist who got himself noticed due to a remarkable performance early in his career then attracts the attention of his peers

---

<sup>10</sup> Jonathan Cole and Stephen Cole (1981), *Social Stratification in Science*, pp. 220-221.

<sup>11</sup> Joel Podolny (2005), ch. 2, particularly pp. 26-27.

and receives the support of mentors and colleagues further along in their careers. They enable him to lower the cost at which he produces quality research and to increase his chances of enlarging his audience.

The cumulative advantage mechanism requires the existence of an initial difference to be set in motion. It is in this initial phase that competitive tests and trials (publishing, obtaining grant and job applications) lead every time to judgments of who does best, before enabling those thus identified to move upward at an accelerated pace and attain greater opportunities for accumulating accomplishments in the stratified competition system. But what explains why someone «does better» from the very start?

We need a precise modeling of the cumulative advantage argument such as that put forward by Paul Allison, Scott Long and Tad Krauze (1982: 615-625). If we assume that researchers in the same cohort, at the outset of their careers, have the same propensity to publish and that each article they publish increases their propensity to publish by the same coefficient for all, we obtain productivity differences that remain constant over time. Inequalities in researchers' publication paces do of course appear quite early: the hypothesis is that these differences are caused in large part by random processes, beyond individuals' control. Under these conditions, which here amount to initial homogeneity of researcher quality, the statistical model concludes that inequalities in productivity do not vary over time.

The result predicted by Merton's model, however, is that inequalities in researcher productivity within a given cohort do increase. To obtain this result, we have to introduce interindividual heterogeneity. All researchers, then, do not start out with the same propensity to publish. And all researchers, after their first publication, do not receive an additional leg-up to publish at an increasingly fast rate: only those whose articles are deemed good or remarkable are encouraged to produce more. In sum, to explain increasing inequalities, we have to go beyond the hypothesis that all competitors have the same initial capacity to produce. A heterogeneity or qualitative difference coefficient has to be introduced from the outset to account for inequalities in success, as in the final analysis those inequalities amount, first and foremost, to unequal abilities to produce high-quality results.

Another way to make the point is to turn the argument around. Suppose the initial advantage has only to do with luck. The question of luck is worth elaborating on since it plays a particular role in the arts.

The luck factor is usually used to explain the unpredictability of discovery and original novelty. The high value placed on creativity in the science and art professions corresponds to the component of luck in the

very nature of creative work, a characteristic indicated by descriptions of the discovery process as a sequence of distinct phases: intensive labor, subconscious rumination, unpredictable unconscious connecting of heretofore disconnected ideas, emergence of the discovery, scrupulous weighing of the value of the new idea, communicating it to the public.<sup>12</sup>

Work organization may be the cause of increased variability and uncertainty. Once again, in contrast to science, competition and success in most art professions are not at all closely correlated to initial training. The importance of «on the job» training and accumulated job experience is explained by the heavy exposure of an individual's work to the uncertainty of an extremely turbulent environment, i.e. organization on a project basis and the variable degree of control that the individual has over the result of team work. A successful career can be likened to a gradual increase in an artist's control over the relatively variable dimensions of her activity and over relations with her environment, in a world where stratification by reputation – unlike in the sciences – is disconnected from stable work organization. It is the very system of artistic labor that creates the conditions which allow luck to intervene. Art careers are constructed from one project to the next, and not all projects are equally likely to be successful.

---

<sup>12</sup> Dean Simonton (1988) sought to give clear shape to the phase model of scientific discovery, a model understood to originate in the description Henri Poincaré offers of his work on Fuchsian functions in his 1908 essay, *L'invention mathématique* (reprinted in Henri Poincaré, *Science et méthode* (1947) and Jacques Hadamard's use of this description in his *Essai sur la psychologie de l'invention dans le domaine mathématique* (1959). Poincaré's watchword was «to discover is to choose» from among the many ideas generated by intensive work on the given subject and the many possible associations of and collisions between previously disconnected ideas. In line with Donald Campbell's evolutionist epistemology («Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes», *Psychological Review*, 1960), Simonton conceived of genius as a powerful «mechanism by which chance permutations can be generated» of ordered combinations of previously unrelated ideas, a small number of which prove capable of surviving a selection process in which the idea's fruitfulness is tested and of forming stable configurations that are then further elaborated, and ultimately communicated to the scientific community so that it can conduct one last selection process, in which some of those ideas are accepted. In this model, luck is at the core of inventive combinations and genius manifests itself by high volume of ideas it produces and then sets in motion to bring about unpredictable associations and collisions from which a discovery emerges. Robert Merton was himself so fascinated by the «lucky chance» component in the discovery process that he co-authored an entire book on the phenomenon with Elinor Barber, with particular focus on the genealogy of the curious concept of «serendipity», a mixture of inspiration, tenacity, and good fortune or lucky chance. See Robert Merton, Elinor Barber (2006).

Moreover, the labor of producing an individual work is usually immersed in a collective undertaking for which the chances of success are imperfectly related to the quality of each team member. The skill or talent of an actress evaluated in terms of personal performance do not fundamentally differ, of course, according to whether the film she plays in is a success or failure, but her visibility and the likelihood that she will be involved in more or less promising projects later on depend in large part on the film's success.<sup>13</sup> Organizing work on a project basis introduces strong variability into professional activity and multiplies possible bifurcation points e.g. being called in at a moment's notice to replace the star opera singer, who has caught cold; discovering just the right information on a future project or employment opportunity; landing a role in which, against all expectations, one can reveal one's aptitudes without having ever been cast in that job category before.<sup>14</sup> Project complexity increases the role of chance and in some cases the sequence in which good or bad luck strikes. Moreover, there are few occupations whose practitioners make such frequent recourse to superstitious practices and rituals, the counterpart to that other essential behavior mechanism characteristic of the art world: overestimation of one's own worth.

But here, as in Allison's analysis cited above, we have to acknowledge that individuals are not equally capable of exploiting their opportunities, even those provided by chance. Analyzing the extreme inequalities generated by uncertainty of success in the film industry, Arthur De Vany<sup>15</sup> raised the question of how much success was to be attributed to luck and how much to talent. Imagine that the film a director or actress

---

<sup>13</sup> Robert Faulkner's study of Hollywood movie music composers (*Music on Demand*) and William and Denise Bielby's study of film and television scriptwriters (1999) show how sensitive reputation is to the effect of immediately preceding successes or failures; also, counterintuitively, how participation in a series of successful projects over several years may become a negative signal in an industry whose genre and content renewal cycle is very short.

<sup>14</sup> For an analysis of the role of luck in careers of women orchestra conductors see Cora Diaz de Chumaceiro (2004). For an analysis of women's musical careers that reveals the dark side of chance—in this case, discrimination against women in symphonic orchestra hiring — see Claudia Goldin and Cecilia Rouse's extremely original, methodologically impeccable study, «Orchestrating impartiality: the impact of 'blind' auditions on female musicians» (2000). The use of screens to conceal candidate's identity during hiring auditions has led to increased hiring of women musicians. Here the point was to eliminate a «chance» factor, discriminatory gender bias of hirer evaluators, which varies by orchestra and may be extremely entrenched, as in the case of the Vienna Philharmonic Orchestra, one of the most famous in the world but also the last great orchestra to start admitting women.

<sup>15</sup> Arthur De Vany (2004), *Hollywood Economics*, pp. 239-242.

makes may be a success or a failure. If the film succeeds they can continue; if it fails they have to stop and do something else (television work, another audiovisual occupation) or else leave the sector entirely. If luck governs the entire process, then the distribution follows a binomial law as in a game of heads or tails: the probability of making two films is 0.5. According to this hypothesis, half of debuting actors and directors will not make more than one film; the probability of making three is 0.25, of making four is 0.125, etc. What do we learn from De Vany's data on distribution of number of films by actor and director in North American cinema from 1982 to 2001? That distribution follows the binomial law curve; in other words, that playing at heads or tails is a fine way of determining the probability of my making another film or not. However, «beyond 7 movies, the odds depart from pure chance» and the probability of continuing is higher than random selection of one of two possible results. Other factors affect career opportunities, and the study brings to light a threshold effect illustrating Pareto's law:

The high odds ratios for the most prolific directors suggests there is something beyond luck in determining how many movies a director will make. In seeking to further draw the line between luck and talent, we rely on the remarkable property of the Paretian distribution. A merely lucky director would find that the probability of succeeding with her next film is 0.5. And this would be the same for each film, no matter how many the director made. That is to say, the probability of success is not altered with experience as measured by the number of successful films made. If talent, skill, or learning have anything to do with success, then the probability of success should not remain constant; it ought to increase with the number of successes realized. And this is just what the Pareto distribution implies.<sup>16</sup>

The lesson to be learned here is that making a career implies getting through the elimination stages of a tournament (here represented roughly by heads or tails) and that getting through those stages means beating chance. The forward progress of a career works to reveal the individual's underlying qualities and strengths (those that enabled him or her to get through the stages), qualities and strengths that are unequally distributed among individuals. An individual who succeeds in developing her career in the project-by-project context can enjoy the advantages of a well-established reputation, padding her relational network with contacts that

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 241.

will convey information and work offers through which to increase her skills. This dynamic is particularly influential in occupations where on-the-job learning plays an important role and where the reputation signal is a highly functional means of passing on information in professional network exchanges when it comes to organizing projects.

### *«Assortative» (selective) matching*

In the models discussed thus far, spectacular inequalities in success primarily concern artists, or professionals with valued expertise, who are competing individually, and through direct interaction with the market, to capture demand. Those individuals do not seem to have any partners. In reality, however, in order to work, in order to make or disseminate their products, cultural sector professionals usually come together in a permanent or temporary organization (orchestra, theater company, film production crew) or contract with an organization that acts as an intermediary (publishing house, recording company, art gallery) to materially realize copies of reproducible commodities or put non-reproducible works into circulation and onto the market. It is during this process that another inequality lever comes into play: selective or «assortative» matching. Introducing assortative matching into the overall model makes it possible to resolve some of the difficulties encountered in Rosen's and Merton's versions of it.

Assortative matching refers to the multiplicative nature of the production function in artistic work. As in the case of the scientist in Merton's cumulative advantage model, it is in a creator's interest to associate with professionals whose quality in his own area or each of their own areas is reputed to be equal to or greater than his own. For a promising artist to have the best chances of developing her talent, it is important for her to associate and work with professionals of comparable value in the other occupations required for producing and circulating her works. A highly reputed director will look to work on films where the key filmmaking jobs (director of photography, scriptwriter, editor, costume designer, etc.) are occupied by top-notch professionals. The head of a publishing house will want her most seasoned editor to handle work relations with the house's most talented or promising writers.

Indeed in the very early stage of the artist's or scientist's career, both formal learning itineraries and later on-the-job learning are heavily determined by association with experienced partners who provide the

individual who is in the process of becoming a professional with improved opportunities for developing his skills, by enabling him to work on demanding projects with partners who have themselves been selected as a function of their potential.

We readily see the connection between the assortative matching argument and the analysis holding that careers in art and science advance by way of tournament competition and cumulative advantage. In the course of their early, formative experiences, would-be artists manifest capabilities in ways and degrees that vary by individual. The nature of the differences in talent emerges between creators who will succeed (more or less permanently) and others who will not, but it may also remain undetermined. Expressed in terms of probability of succeeding, the advantage that hoped-for talent provides early in an artist's career may be weak, but it will be enough to create a small, or not-so-small and in any case perceptible difference with each competitive comparison test, and this in turn will polarize the investments and «wagers» of system actors (artists themselves, trainers, professionals, patrons, entrepreneurs, critics, consumers). The intrinsic training value of work/work situations is of a similar origin: there is an optimal profile for increasing one's skills: it is a function of the number and variety of work experiences an artist has and the quality of the collaboration networks she can mobilize as she moves from project to project.

### *Talent and hierarchies: a model*

The whole formed by the different pieces of the analytic puzzle I have laid down in this chapter in order to explore the question of talent and inequalities in the arts is actually simpler than it may appear. It is similar to a model developed by R. Gould (2002) to explain the emergence of social hierarchies. The four components of Gould's theoretical model as presented by Thomas DiPrete and Gregory Eirich are as follows.<sup>17</sup>

First, there are intrinsic differences in quality by individual when it comes to performing activities that generate hierarchical rankings and segmentations by status. The differences (or the distribution of quality that they reflect) are an exogenous characteristic of the action system. Their magnitude cannot be determined with precision, but their existence

---

<sup>17</sup> Thomas DiPrete and Gregory Eirich, «Cumulative advantage as a mechanism for inequality», p. 290 ff.

is revealed by relative comparison. This point emerged in our analysis when I examined the scope of two models of disproportionate reward amplification: Rosen's model and Merton's cumulative advantage model. Merton meant to increase the impact of his argument by hypothesizing that the parting of the ways between individual careers may be entirely due to luck rather than to any intrinsic quality difference, but in doing so only added a «lucky chance» factor to the basic postulate; i.e. that even a small initial difference was enough to trigger gaps in success, gaps that then widen considerably. In support of the intrinsic difference argument, I presented Allison, Long and Krauze's modeling of Merton's argument; De Vany's calculations, which bring to light the inflection points at which the probability of making a career in movies ceases to be the same as the probability of flipping heads or tails; and the analysis of careers in terms of relative comparison tournaments, where stars emerge from a series of selective tests that gradually eliminate other would-be artists in the same cohort, thereby reducing their number.

In the stochastic process model, the probability of getting through a great number of stages increases if at each stage the individual does a little better than his competitors or the average competitor. Diametrically opposed to this is the postulate that differences simply do not exist; this forms the basis of analyses in which success is imputed entirely to social influences (talent as pure social and entrepreneurial construction) and of counterfactual analyses that examine what society would be like if there were no competition or differences in talent. We have seen that these analyses are afflicted with insurmountable logical and anthropological incoherence.

Second, the differences in quality that underlie gaps in success are not fully observable. My analysis here is governed by this hypothesis. The power of the relative comparison mechanism lies in the fact that the personal factors implicated in success, or at least how those factors are combined, are unobservable. Does our ignorance on this point amount to epistemic uncertainty, in which case progress in scientific understanding will ultimately reduce it to a distribution of knowable, measurable probabilities? A more fruitful hypothesis is that it is fundamental uncertainty related to interactions and retroactions within the set of factors that determine success. And the incomplete observability of difference in quality serves a major function. It actually creates a veil of ignorance, thereby allowing a high number of would-be artists to nourish the hope of making a career in the invention and creation occupations and professions, despite the iron law symbolized by the

sharply asymmetrical Pareto distribution of chances of success. Each candidate will assume that success is the result of a combination of work factors, luck and intrinsic aptitude; meanwhile, the highly imperfect specification of those factors and their proportions leads each one to overestimate his or her chances of success. The benefit of this indeterminacy for the individual lies in what she may acquire through the experience of on-the-job learning. Her loss in the matter – should elements such as psychological characteristics, collective culture, socialization that misleads individuals about occupational risk, cause her to persist despite failure, thus blocking exit from the field – may be measured in terms of the squandering of strengths that could be better used in other ways. Artist and scientist careers need to be tightly fastened to a constellation of adjacent professional roles (teaching, entrepreneurial activity, management) that offer resources for managing the uncertainty attaching to the most attractive role, that of creator – which provides a narrow minority of professionals with abnormally high reputations and rewards.

Third, it is from the attention that others pay to an individual that we infer that individual's quality. I have insisted that artistic and or scientific work must be thought of as oriented toward getting attention from others. Winning others' attention also means entering a situation in which one is judged by and compared to others, as I showed in the first two chapters. With this in mind we can readily understand how the cumulative advantage dynamic is triggered by selective attention to individuals and works in a professional community or through an audience. Attention from others is a signal transmitted to other others; operating through interpersonal relationship networks, it can quickly lead to rational contagion of an increasing number of individuals. The status granted the individual who succeeds particularly well in concentrating attention on himself and his work wins that individual a disproportionate advantage.<sup>18</sup>

Fourth, I have emphasized the assortative matching dynamic. Assortative matchings boost the operation of the cumulative advantage mechanism. Their specific characteristic is to win «matched» individuals higher returns on their respective aptitudes than what they would get in the case of random matching. A top-rate actor and a great director can hope to obtain benefits from their collaboration in the form of expe-

---

<sup>18</sup> Roger Gould (2002), «The origins of status hierarchies», pp. 1146-1147.

rience and much higher rewards than those to be had from a merely additive function. One definition of talent, and one of the benefits it offers, is getting more out of collaborating with such a partner than with a less talented actor or director. Talent association has a multiplicative effect. This is particularly so when work is organized on a project basis, as is so often the case in the arts. In organization of this kind, where teams and crews are incessantly being assembled and disassembled, the individuals who form them are selected and matched on the basis of their reputation and value. The assortative matching analysis bolsters the stratification-by-status argument for the highly competitive worlds of the arts and sciences. Whenever individuals' qualities and strengths are not fully observable, reputation reduces uncertainty about individual value, and, as Podolny explains, the status that comes from a given position in professional-world structure strengthens the credibility of the information that reputation represents.

But assortative matching does not amount to an iron law of success. There are two contradictory forces in operation. Competition mechanisms wherein uncertainty is used to fuel innovation foster reputation rankings whose «memory» is not very deep: an artist ranked by means of these mechanisms is worth what his latest performances or works are worth. Meanwhile, crew composition should achieve a balance between the value of matched members' reputations and the quest for new talents that would also «match» with the given project. But artistic work is also organized into careers, and this reduces excessive reputation volatility: an artist has intrinsic value, attested to by the cumulative dynamic of her career, and this value affects how new creations by her are perceived.

## Bibliography

- Allison, Paul, Scott Long, and Tad Krauze. 1982. «Cumulative advantage and inequality in science». *American Sociological Review*, 47 (5): 615-625.
- Alper, Neil. O. and Gregory H. Wassall. 2006. «Artists' careers and their labor markets». In *Handbook of The Economics of Art and Culture*, eds. V. Ginsburgh and D. Throsby, vol 1. Amsterdam: North-Holland: 813-864.
- Benhamou, Françoise. 2002. *L'économie du star-system*. Paris: Odile Jacob.
- Bielby, William and Denise Bielby. 1999. «Organizational mediation of project-based labor markets». *American Sociological Review*, 64 (1): 64-85.
- Campbell, Donald. 1960. «Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes». *Psychological Review*, 67 (6): 380-400.

- Chumaceiro, Cora Diaz de. 2004. «Serendipity and pseudoserendipity in career paths of successful women: orchestra conductors». *Creative Research Journal*, 16 (2-3): 345-356.
- Cléron, Eric and Frédérique Patureau. 2007a. «Peintres, graphistes, sculpteurs: les artistes auteurs affiliés à l'AGESSA en 2005». *Culture Chiffres*, 6.
- Cléron, Eric and Frédérique Patureau. 2007b. «Ecrivains, photographes, compositeurs: les artistes auteurs affiliés à l'AGESSA in 2005». *Culture Chiffres*, 5.
- Cole, Jonathan R. and Stephen Cole. 1981. *Social Stratification in Science*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Csikszentmihalyi, Mihaly. 1991. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. London: Harpers.
- De Vany, Arthur S. 2004. *Hollywood economics: how extreme uncertainty shapes the film industry*. London: Routledge.
- DiPrete, Thomas and Gregory Eirich. 2006. «Cumulative advantage as a mechanism for inequality». *Annual Review of Sociology*, 32: 271-297.
- Fox, Marx and Paul Kochanowski. 2007. «Multi-stage markets in the recording industry». *Popular Music and Society*, 30: 173-195.
- Gabaix, Xavier and Augustin Landier, 2008. «Why has CEO pay increased so much?». *Quarterly Journal of Economics*, 123 (1): 49-100.
- Gladwell, Malcolm. 2008. *Outliers: the Story of Success*. London: Little, Brown and Company.
- Goldin, Claudia and Cecilia Rouse. 2000. «Orchestrating impartiality: the impact of 'blind' auditions on female musicians». *American Economic Review*, 90 (4): 715-741.
- Gould, Roger. 2002. «The origins of status hierarchies: a formal theory and empirical test». *American Journal of Sociology*, 107 (5): 1143-1178.
- Guetzkow, Joshua, Michèle Lamont, and Grégoire Mallard. 2004. «What is originality in the humanities and the social sciences?». *American Sociological Review*, 69 (2): 190-212.
- Hadamard, Jacques. 1959. *Essai sur la psychologie de l'invention dans le domaine mathématique*. Paris: Blanchard.
- Huber. 2001. «A new method for analyzing scientific productivity». *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 52 (13): 1089-1099.
- Lamont, Michèle, M. Fournier, J. Guetzkow, G. Mallard, and R. Bernier. 2006. «Evaluating creative minds: the assessment of originality in peer review». In *Knowledge, Communication and Creativity*, eds. Arnaud Sales and Marcel Fournier. London: Sage, 166-182.
- MacDonald, Glenn. 1988. «The economics of rising stars». *American Economic Review*, 78 (1): 155-166.
- Marchika, Colin. 2008. *Inégalités de revenu dans les métiers artistiques des spectacles*. Paris: CESTA, working paper.
- Menger, P.-M. 2009. *Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Paris: Gallimard/Seuil.
- Merton, Robert and Elinor Barber. 2006. *The Travels and Adventures of Serendipity*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Merton, Robert. 1968. «The Matthew Effect in science». *Science*, 3810: 56-63.
- Merton, Robert. 1988. «The Matthew Effect in science, II: cumulative advantage and the symbolism of intellectual property». *Isis*, 79: 606-623.
- Podolny, Joel. 2005. *Status Signals: A Sociological Study of Market Competition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Poincaré, Henri. 1947. *Science et méthode*. Paris: Flammarion.

*Talent and inequalities: what do we learn from the study of artistic occupations?*

- Rosen, Sherwin. 1981. «The economics of superstars». *American Economic Review*, 71 (5): 845-858.
- Rosen, Sherwin. 1983. «The economics of superstars». *The American Scholar*, 52 (4): 455.
- Rosen, Sherwin. 1986. «Prizes and incentives in elimination tournaments». *American Economic Review*, 76 (4): 701-715.
- Rosenbaum, James. 1979. «Tournament mobility: career patterns in a corporation». *Administrative Science Quarterly*, 24: 220-241.
- Rosenbaum, James. 1984. *Career Mobility in a Corporate Hierarchy*. New York: Academic Press.
- Rosenbaum, James. 1989. «Organization career systems and employee misperceptions». In *Handbook of Career Theory*, eds. Michael Arthur, Douglas Hall and Barbara Lawrence. Cambridge: Cambridge University Press: 337-338.
- Simonton, Dean. 1988. *Scientific Genius: a Psychology of Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Steinberg, Robert. 1999. *Handbook of Creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.



Vera Borges  
Cícero Roberto Pereira

## Capítulo 3

# Mercado, formação e sucesso: actores e bailarinos entre persistência e desilusão\*

## Introdução

A tríade arte, formação e mercado tem sido amplamente discutida por sociólogos e economistas (Towse 1993, 2006; Menger 1997, 2009; Throsby 1996, 2006; Benhamou 2000; Santos *et al.* 2003, Ferreira 2003), utilizada nos discursos de agentes e decisores políticos e ainda nos estudos que avaliam as iniciativas públicas e privadas desenhadas para o sector cultural e criativo, a nível nacional (Mateus 2010) e supranacional (Relatório da UNESCO 2010). O crescente interesse pela relação entre arte, formação e inserção dos indivíduos no mercado de trabalho artístico parece estar relacionado com uma questão central das sociedades contemporâneas para a qual ainda não houve a devida resposta: qual é o papel assumido pelos vários aspectos da formação que os indivíduos recebem ao longo da sua vida na ligação bem-sucedida com a sua profissão e o mercado de trabalho artístico?<sup>1</sup>

O objectivo deste capítulo é tentar responder a esta questão, tendo em conta as carreiras artísticas desenvolvidas no teatro e na dança em contexto português, e promovendo uma análise aprofundada do efeito que os diversos aspectos da formação artística podem desempenhar em

---

\* Agradecemos profundamente a David Throsby os seus comentários e sugestões produzidos na primeira versão deste texto.

<sup>1</sup> Cf. Resende e Vieira (2009) para uma discussão mais alargada sobre os desafios da aprendizagem na escola e a aquisição de competências nas sociedades modernas. Para uma análise específica do contexto português, cf. Nunes de Almeida e Vieira (2006).

várias dimensões do envolvimento dos artistas com o mercado de trabalho, especialmente (i) no nível dos rendimentos auferidos, (ii) na posição profissional e, por fim, (iii) na ocupação de tempo no mundo das artes. Especificamente, avaliamos em que medida os diferentes aspectos que caracterizam o envolvimento, a ligação de actores e bailarinos com o mercado de trabalho artístico, estão relacionados com os indicadores de formação, nomeadamente, a formação formal, a formação informal e a formação prática.

Para responder a esta questão, o capítulo está organizado em cinco partes. Na primeira procede-se à revisão da literatura com a intenção de discutir as bases teóricas e os resultados de estudos que abordam aspectos do mundo das artes que podem estar relacionados com a tríade arte, formação e mercado. A segunda parte descreve a metodologia adoptada e apresenta as principais características sociodemográficas dos participantes. Os resultados da pesquisa são discutidos na terceira parte e as suas principais implicações surgem a seguir. Por fim, apresentam-se as principais conclusões do estudo, dá-se conta de algumas limitações encontradas ao longo da investigação e dos seus pontos de interesse capazes de gerar novas pesquisas.

## **Formação e actuação no mercado: das «estrelas» aos «amadores felizes»**

Muitos dos estudos que têm sido desenvolvidos em sociologia e economia da arte e da cultura demonstram que o baixo poder explicativo da formação no sucesso das carreiras artísticas e na criação e permanência da reputação individual é uma tendência geral destes mercados. Desde os pioneiros Baumol e Bowen (1966) que muitos têm sido os autores a dar provas da evidência empírica deste fenómeno. Throsby (1996: 304), por exemplo, demonstrou que as tabelas de remuneração dos artistas e o seu sucesso no mercado de trabalho não estão relacionados com o nível de aprendizagem formal dos indivíduos. Os artistas ganham menos do que os designados *full-time non-manual workers*, tendo em conta que as qualificações dos artistas são em média mais elevadas. Também Filer (1990: 32) apresentou uma correlação muito fraca entre o nível de formação e os rendimentos totais dos artistas e, no caso da dança, registou até a inexistência de uma correlação significativa entre os dois.

Com efeito, os estudos internacionais têm vindo a debater a variabilidade dos rendimentos no interior dos «mundos das artes», uma vez que

esta promove desigualdades tão acentuadas entre as «estrelas» e os «desconhecidos» que se alimentam discussões entre especialistas sobre quem é o melhor e se assiste ao desenvolvimento de fortes mecanismos de concorrência entre os artistas. Os artistas reputados são aqueles que geram consensos por parte dos seus pares e do público em relação ao trabalho que realizam e ao talento que detêm (Adler 1985), são ainda aqueles que concentram as atenções da imprensa cuja função – ambígua, segundo Rosen (2001), – oferece, por um lado, a expansão do mercado cultural e, ao mesmo tempo, a manipulação das «estrelas». No fundo, «as estrelas» açambarcam os mercados, ocupam os melhores lugares e detêm os rendimentos mais elevados, como tão bem descrevem Frank e Cook, em *Winner-Take-all-Markets* (1995).

De uma maneira geral, as conclusões destes estudos mostram que o tipo de ligação dos artistas ao mercado de trabalho não está relacionado com o nível de formação que estes adquiriram. Se em geral a formação não tem impacto relevante nos rendimentos auferidos pelos artistas e no sucesso das suas carreiras, quais são as dimensões da formação que podem determinar uma ligação bem-sucedida dos artistas ao mercado de trabalho? De facto, os rendimentos formam apenas um indicador da ligação do indivíduo ao mercado. A análise desse indicador, juntamente com indicadores ligados às dimensões mais simbólicas do mercado, pode dar-nos uma visão abrangente do papel e das características da formação artística na ligação bem-sucedida dos indivíduos à profissão e ao mercado de trabalho.

O elevado nível da formação inicial dos artistas tem um efeito positivo na probabilidade de estes exercerem actividades «para-artísticas» como o ensino nas escolas da especialidade, de acordo com Throsby (1996) e Menger (1997). O segundo trabalho serve para o artista financiar a sua vocação, e o capital económico obtido será reinvestido na preparação de novos espectáculos, na compra do material necessário, na inscrição em *workshops*, etc.

Estes são os princípios do modelo que Throsby (1994) apresentou e discutiu com a designação *work-preference of artists*, que sustenta que os artistas usam o tempo livre e os rendimentos obtidos nas outras profissões para trabalhar ainda mais nas artes. Situação que é descrita por Abbing (2003: 437-444) quando analisa o apoio às artes e demonstra como o autofinanciamento acabará por tornar os fracos rendimentos dos artistas um problema estrutural. Abbing, economista e artista, considera mesmo que, quando os rendimentos principais dos artistas são gastos na sua actividade ligada às artes (por exemplo, no seu espectáculo de teatro reali-

zado sem apoios), isso significa que uma boa parte deles acabará por tornar-se um «amador feliz» (Abbing 2002).

Alper e Wassall (2006: 856) utilizam os resultados do «National Longitudinal Survey of Youth 1979» para examinar a vida dos artistas nos últimos 20 anos. As conclusões apresentadas seguem a mesma linha dos estudos anteriores: «muitas pessoas participam no mercado de trabalhos das artes, mas poucas são bem-sucedidas ao ponto de desenvolverem uma carreira nas artes», o que se deve em grande medida ao efeito dos elevados níveis de formação superior que dão aos artistas a possibilidade de fazer a transição para outras profissões ligadas às artes e a profissões administrativas e de gestão; quando são jovens e lutam para manter-se nas artes, estes indivíduos fazem vários tipos de trabalhos que lhes permitem ter horários mais flexíveis e continuar a produzir arte.

De facto, uma das dimensões que melhor caracterizam a permanência de actores e bailarinos no mercado de trabalho artístico, em condições tão precárias como aquelas que aqui analisamos, é a percepção de que o seu tempo é dedicado à arte e daí retiram importantes gratificações simbólicas. Já Alper e Galligan (1999: 178-203) avaliaram a importância dessas gratificações e consideraram-nas formas de autoconhecimento e de evolução pessoal que os indivíduos valorizam e que não alcançam com a realização de outros trabalhos fora dos «mundos das artes».

Ainda no domínio da ligação simbólica ao mercado de trabalho, Carrano (1982: 247-260) descreveu a «ilusão e a desilusão no trabalho criativo» numa pesquisa com 50 actrizes de cinema italianas, procurando compreender a relação entre a sua motivação para fazer cinema e as condições (precárias) de trabalho. O estudo pretendia, em parte, saber qual era o impacto financeiro da crise na indústria cinematográfica italiana e como, apesar das dificuldades e da desilusão na profissão, as artistas permaneceram a trabalhar. Esta dimensão que avalia a vocação, a motivação e o gosto pelas actividades artísticas e científicas foi objecto de um estudo comparativo de Borges e Delicado (2010: 209-245).

Em conjunto, todos estes aspectos mostram que a actuação profissional dos artistas tem um cariz multidimensional, na medida em que tanto os factores objectivos (resultantes do exercício da profissão dos quais destacamos o rendimento e a dedicação exclusivos às actividades artísticas), como os factores subjectivos (por exemplo, a satisfação na profissão, a vocação, o investimento subjectivo) parecem caracterizar de uma forma mais ampla as diversas modalidades que os artistas encontram para actuar no mercado de trabalho. Em contrapartida, se esses dois factores não emergirem plenamente na sua actuação profissional, é possível introduzir

um terceiro factor que reúne os aspectos característicos da desilusão dos artistas com «os mundos das artes». O nosso estudo levará em conta todas estas possibilidades e analisará os aspectos da formação dos artistas que podem estar relacionados como as dimensões de actuação e ligação ao mercado de trabalho.

## Metodologia

### *Participantes*

O estudo foi realizado, nos anos 2009 e 2010, junto de 187 artistas, dos quais 122 são actores e 65 são bailarinos. A pesquisa foi conduzida através de inquéritos *on-line* e no período de lançamento dos questionários recorremos a organizações ligadas à dança e ao teatro, como o Fórum Dança, a REDE, a Escola Superior de Dança, a Escola Superior de Teatro; e a FERVE (abreviatura da expressão Fartos destes Recibos Verdes).<sup>2</sup> A base de dados integra indivíduos que estão a trabalhar, a estudar ou a fazer as duas actividades ao mesmo tempo.

A análise das características sociodemográfica dos inquiridos indica que cerca de 33,5% pertencem ao domínio da dança e 66,5% pertencem ao teatro. Em média, os inquiridos têm 29 anos. Na dança, a idade média é de 30 anos e no teatro é de 28. Os bailarinos iniciam-se na profissão aos 18 anos, e aos 19 estabelecem o seu primeiro contrato de trabalho. Os actores começam a fazer teatro profissional aos 21 anos e o primeiro contrato de trabalho surge geralmente dois anos depois. Mais de metade dos inquiridos são mulheres (53, 6%).

Quanto aos diferentes tipos de formação, ressalta que 2/3 dos inquiridos assinalaram ter concluído o nível mais elevado de escolaridade geral (ensino superior) e 41,8% realizaram um curso de formação específica. Cerca de 32% dos bailarinos e 27% dos actores continuam a desenvolver algum tipo de formação superior, realizando um mestrado ou um curso

---

<sup>2</sup> Agradecemos profundamente a especial colaboração da reconhecida bailarina portuguesa Vera Mantero, fundadora de O Rumor do Fumo, estrutura de criação, produção, difusão nacional e internacional, investigação e formação na área da dança contemporânea. Na altura em que recolhemos uma boa parte destes dados, e participámos na reunião de trabalho da REDE (associação de estruturas para a dança contemporânea), em Montemor-o-Novo, Vera Mantero dirigia os destinos desta associação e, de uma forma muitíssimo empenhada, fez a divulgação deste trabalho de recolha de dados junto de todos os bailarinos associados.

de doutoramento. É também possível acrescentar que durante a formação mais longa que realizaram, 2/3 dos inquiridos afirmaram ter exercido uma actividade ligada às artes. Os inquiridos estimam que a experiência adquirida trabalhando no interior de um grupo de teatro ou dança e ter jeito para as artes foi «extremamente importante» para a aprendizagem da profissão. Já a experiência escolar foi considerada «importante» para a sua integração profissional.

### *Indicadores de ligação à profissão e de formação ao longo da vida*

Para além das suas características sociodemográficas, os artistas responderam a questões relativas: ao início das suas carreiras, ao primeiro contrato, ao acesso ao emprego e como obteve o seu primeiro trabalho, e qual a importância dos contactos; a formação geral e específica, a evolução do percurso profissional do artista, os seus rendimentos, tempos de trabalho em diferentes sectores de actividade (nas artes e fora das artes), as vantagens e as desvantagens das profissões artísticas, a caracterização da posição actual na profissão, se trabalha a tempo inteiro, a tempo parcial, se é estudante ou estudante trabalhador; dados extraprofissionais como a mobilidade geográfica, a profissão dos pais e dos acompanhantes.

A nossa análise incidirá nos seguintes indicadores que a literatura tem descrito como possíveis aspectos das dimensões que caracterizam a actuação dos artistas no mercado de trabalho das artes:

- a) Rendimentos: os inquiridos indicaram os valores em euros relativos aos seus rendimentos médios mensais brutos resultantes do seu trabalho realizado com actividades artísticas.
- b) Satisfação com o rendimento: perguntámos em que medida os inquiridos se sentiam satisfeitos com o rendimento obtido no seu trabalho artístico. As respostas variam de 1 (nada satisfeito) a 5 (muito satisfeito).
- c) Tempo de trabalho na profissão: perguntámos quanto tempo cada indivíduo tinha trabalhado como actor/bailarino no último ano.
- d) Pensar em deixar a profissão: perguntámos ao inquiridos se no decorrer da carreira já tinham pensado em deixar a profissão. As respostas variavam de 1 (nunca pensei em deixar a profissão) a 4 (tenho pensado sempre em deixar a profissão).
- e) Tempo fora da profissão: questionámos os participantes se chegaram efectivamente a deixar a profissão e, se sim, durante quanto tempo (maior número de meses em que isso aconteceu).

- f) Tempo sem trabalho no último ano: pedimos que nos indicassem quanto tempo em meses ficaram sem trabalhar no teatro/na dança durante o último ano. Solicitámos que as férias e as actividades de formação não fossem incluídas.
- g) Grau de envolvimento na profissão: foi solicitado aos inquiridos que descrevessem a situação profissional actual, tendo sido apresentado o seguinte conjunto de respostas possíveis: actor/bailarino a tempo inteiro; actor/bailarino a tempo parcial; trabalhador a tempo inteiro numa profissão relacionada com o teatro/dança (por exemplo, ensino, direcção artística); trabalhador a tempo parcial numa profissão relacionada com o teatro/dança (por exemplo, ensino, direcção artística); trabalhador a tempo inteiro numa profissão que nada tem a ver com o teatro/dança; trabalhador a tempo parcial numa profissão que nada tem a ver com o teatro/dança; trabalhador-estudante; estudante. Categorizamos as repostas de modo a formar uma variável que representa o grau de envolvimento objectivo na profissão que varia de 0 (não trabalha na profissão) a 3 (trabalha a tempo inteiro na profissão).

Para além de analisarmos as características da actuação profissional, analisamos um conjunto de factores que podem estar relacionados com essas características. Especificamente, procuramos identificar em que medida os seguintes factores predizem tais características:

- a) Sociodemográficas: domínio artístico (teatro *vs.* dança), idade dos indivíduos, idade de início da carreira, género e existência de artistas na família.
- b) Educação formal: nível de escolaridade geral (variando de 1 = ensino básico, a 6 = ensino superior) e importância atribuída à escola, que pode variar de 1 (nenhuma importância) a 5 (muita importância).
- c) Formação específica: quantidade de cursos de formação artística que frequentaram, percepção de adaptação desses cursos à profissão (variando de 1 = nada adaptados, a 5 = muito adaptados), quantidade de cursos realizados no estrangeiro, quantidade de *workshops* nos quais participaram e a percepção de utilidade da participação em *workshops* para o exercício da profissão (variando de 1 = nenhuma utilidade a 5 = muita utilidade).
- d) Formação prática: os inquiridos indicaram se durante a sua formação exerceram actividades práticas, tais como trabalho em actividades artísticas enquanto estavam a estudar.
- e) Acontecimento-chave: os inquiridos indicaram se existiu algum «acontecimento» (conheceu alguém que o indicou, trabalhou com

- alguém que o recomendou, etc.) a partir do qual começaram a trabalhar muito mais ou a ganhar muito mais do que anteriormente.
- f) Percepção de importância dos contactos: os inquiridos indicaram em que medida consideraram cada um destes contactos como importantes para a sua formação, referindo-se aos colegas, grupos de teatro e dança profissionais, uma figura reconhecida do meio artístico, a participação em sindicatos. As respostas para cada tipo de contacto variam de 1 (nada importante) a 5 (muito importante).

## Resultados

No quadro 3.1 observam-se as correlações bivariadas dos indicadores de ligação ao mercado de trabalho com as características da vida e formação dos artistas que poderiam actuar como possíveis preditores de sua ligação ao mercado de trabalho. Verifica-se, desde logo, que a «formação específica» não se relaciona com esses indicadores. Já no que respeita às variáveis socio-demográficas, o domínio profissional (teatro *vs.* dança) está relacionado com os rendimentos, com a percepção de tempo de trabalho na área, com a quantidade de tempo sem trabalho no último ano e com a quantidade de tempo em que os inquiridos ficaram fora da profissão. Especificamente, os inquiridos cuja actividade artística é o teatro indicaram ter rendimentos inferiores e informaram ter passado mais tempo sem trabalho, no último ano, do que os inquiridos da dança.<sup>3</sup> No entanto, os inquiridos do teatro têm maior percepção de que estão a investir o seu tempo de trabalho na profissão e permanecem menos tempo fora da mesma.

Por seu turno, a idade dos inquiridos está relacionada apenas com o grau de envolvimento na profissão, pelo que, quanto maior é a idade, mais os inquiridos indicaram estar a trabalhar a tempo inteiro na profissão. A idade de início na carreira relaciona-se positivamente com o tipo de envolvimento na profissão e negativamente com a quantidade de tempo sem trabalho no último ano. O género dos inquiridos apenas se relaciona com a percepção de tempo de trabalho na profissão, sendo os homens a indicar que trabalham mais tempo do que as mulheres. A quantidade de familiares artistas que os inquiridos dizem ter relaciona-se negativamente com a percepção de tempo de trabalho na profissão. Quanto mais artistas os inquiridos disseram ter na família, menos tempo de trabalho na profissão indicaram ter.

Quando se analisam os indicadores de «educação formal» e «educação específica» verifica-se que a escolaridade está negativamente relacionada

---

<sup>3</sup> Cerca de 42% dos inquiridos no teatro e na dança auferem entre 501 e 1000 euros mensais.

com o rendimento na área e positivamente relacionada com o facto de os artistas inquiridos terem pensado em abandonar a profissão e com a quantidade de tempo em que efectivamente o fizeram. Por outras palavras, quanto maior é a escolarização formal dos inquiridos, menores são os seus rendimentos, mais frequentemente os indivíduos pensam deixar a profissão e mais tempo ficam fora dela. No entanto, quanto mais importância os inquiridos atribuem à escola, maior é o seu rendimento. O único indicador de educação específica que mantém alguma relação com a ligação profissional ao mercado de trabalho é a participação em cursos de formação. Os resultados mostram que, quanto mais cursos os inquiridos indicaram ter realizado, maior é a percepção de que estão a investir o seu tempo em actividades relacionadas com a arte, mas também mais tempo dizem ter passado fora da profissão.

Avaliando os indicadores de «trabalho durante o período de formação», verificam-se relações substanciais e sistemáticas entre o facto de os inquiridos terem realizado actividades artísticas durante a sua formação e quatro dos indicadores de ligação profissional ao mercado de trabalho. De facto, os inquiridos que participaram nessas actividades indicaram ter actualmente maior grau de envolvimento na profissão, maior rendimento, além de menos terem pensado em deixar a profissão e terem passado menos tempo fora da profissão. O facto de os inquiridos terem indicado a ocorrência de algum acontecimento-chave durante a sua formação está relacionado apenas com os rendimentos na profissão, de modo que aqueles que indicaram ter tido esse tipo de acontecimento são os que disseram ter maior rendimento na profissão.

Apenas dois indicadores de «importância dos contactos» estão relacionados com alguns indicadores da ligação dos artistas ao mercado de trabalho. Especialmente, a importância atribuída aos contactos com colegas de profissão está negativamente relacionada com o grau de envolvimento na profissão. Quando mais o contacto com colegas é visto como importante, menor é o envolvimento profissional dos inquiridos (trabalham mais esporadicamente no teatro). Por outro lado, a importância da participação em grupos de actividades profissionais está positivamente relacionada com a percepção de tempo investido actualmente na profissão: quanto mais os inquiridos consideraram importante a participação nesses grupos para a sua formação, maior é a percepção de tempo investido na profissão, ou seja, mais os artistas trabalham a tempo inteiro na profissão.

As correlações apresentadas (quadro 3.1) mostram padrões interessantes e consistentes das várias características dos inquiridos e da formação profissional com os indicadores da ligação ao mercado de trabalho; no

**Quadro 3.1 – Correlações entre os indicadores de ligação dos artistas ao mercado de trabalho e as características dos artistas**

	Grau de envolvimento	Rendimento na área	Satisfação com o rendimento	Tempo de trabalho	Tempo sem trabalho	Pensou deixar a profissão	Tempo fora da profissão
<b>Sociodemográficos</b>							
Domínio – teatro	-0,08	-0,20 *	0,10	0,59 ***	0,27 **	-0,11	-0,15 *
Idade	0,25 **	0,17	0,12	-0,01	-0,02	0,09	-0,05
Idade início da carreira	0,17 *	0,05	0,04	0,05	-0,20 *	0,05	-0,02
Sexo – masculino	-0,06	0,09	-0,02	0,18 *	-0,10	0,11	-0,06
Familiares artistas	-0,14	-0,04	-0,05	-0,17 *	-0,11	-0,12	0,01
<b>Educação formal</b>							
Escolaridade	0,08	-0,21 *	0,15	-0,10	0,05	0,22 **	0,12
Importância da escola	-0,03	0,20 *	-0,12	0,09	-0,05	-0,10	0,06
<b>Escolarização específica</b>							
Cursos de formação	0,06	-0,02	0,09	0,17 *	-0,09	0,07	0,36 ***
Adaptação dos cursos	-0,06	-0,12	0,05	0,02	0,12	0,06	0,04
Cursos no estrangeiro	0,10	0,05	0,07	0,05	-0,12	0,07	0,26 ***
Participação em <i>workshops</i>	-0,05	-0,06	0,06	-0,15 -	0,14	-0,08	-0,04
Utilidade dos <i>workshops</i>	-0,05	-0,06	0,09	0,02	-0,09	0,14	-0,03
<b>Trabalho durante a formação</b>							
Formação prática	0,29 ***	0,18 *	-0,10	0,08	-0,17	-0,28 ***	-0,22 **
Acontecimento-chave	0,05	0,24 *	0,03	0,11	-0,11	-0,02	-0,10
<b>Importância dos contactos</b>							
Colegas	-0,17 *	0,09	0,16	-0,07	-0,01	0,03	0,01
Grupos profissionais	0,04	-0,05	-0,01	0,29 ***	0,12	-0,12	-0,14
Figura reconhecida	0,01	0,04	-0,04	0,01	-0,04	0,03	-0,06
Sindicatos	0,07	0,11	0,05	0,08	0,06	0,05	-0,16

**Nota:** As variáveis dicotómicas foram assim codificadas: domínio artístico (0 = dança; 1 = teatro); género (0 = feminino; 1 = masculino); Formação prática (0 = sem formação prática; 1 = com formação prática). \*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001.

entanto, a magnitude das correlações observadas não é elevada, o que aumenta as *chances* de algumas das relações que observamos entre as variáveis serem espúrias, o que teria limitações importantes nas conclusões que se poderiam tirar dos resultados. Tendo em conta esta possibilidade, na secção seguinte apresentamos uma análise mais aprofundada das relações entre a ligação ao mercado de trabalho e os diversos aspectos da vida e da formação profissional dos artistas.

### *Dimensões da ligação ao mercado de trabalho*

Nesta fase, identifica-se um conjunto de dimensões coerentes e significativas subjacentes aos diferentes indicadores de ligação dos artistas ao mercado de trabalho. Os resultados de uma análise das componentes principais mostram a organização desses indicadores em três componentes com conteúdos altamente coerentes.

**Quadro 3.2 – Análise das componentes principais aplicada aos indicadores de ligação dos artistas ao mercado de trabalho**

	Componentes da ligação dos artistas ao mercado de trabalho artístico		
	Ligação desiludida	Ligação objectiva	Ligação subjectiva
Tempo em que ficou fora da profissão	0,80		
Pensou em deixar a profissão	0,75		
Tempo sem trabalho no último ano	0,42		
Rendimentos obtidos na arte		0,78	
Grau de envolvimento na profissão		0,66	
Satisfação com o rendimento			0,72
Percepção de tempo de trabalho			0,60
<i>Eigenvalue</i>	1,44	1,23	1,12
Variância Explicada	21%	18%	16%

No quadro 3.2, a primeira componente é a «Ligação desiludida com o mercado de trabalho». Esta componente agrega a quantidade de tempo em que os inquiridos ficaram fora da profissão, o facto de terem pensado em abandonar a profissão e a quantidade de tempo em que efectivamente ficaram sem trabalho no último ano. A segunda componente é composta pelos rendimentos obtidos pelos inquiridos com as suas actividades artísticas e o seu grau de envolvimento na profissão. Esta componente é a «Ligação objectiva ao mercado de trabalho». A última componente foi definida como a «Ligação subjectiva ao mercado de trabalho», na medida em que agrega a satisfação dos indivíduos com o rendimento obtido nas actividades artísticas e a percepção de tempo de trabalho na profissão. Estes resultados vão ao encontro do nosso argumento de que a ligação dos artistas ao mercado de trabalho tem um cariz multidimensional caracterizado por factores de natureza tanto objectiva como de natureza simbólica, como a ligação subjectiva e a desilusão. Agora a questão que se impõe discutir: quais são os aspectos da formação dos inquiridos e das suas características pessoais que melhor predizem o seu posicionamento nessas dimensões.

### *Correlações das dimensões de ligação ao mercado*

Usando como variáveis-critério os *scores* factoriais calculados para cada uma das componentes, estimam-se três modelos de regressão múltipla com o objectivo de verificar se os indicadores das «características» dos inquiridos e da sua «formação profissional» que mostraram ter relações significativas com a ligação dos indivíduos ao mercado de trabalho são, de facto, preditores fiáveis dessa ligação.

**Quadro 3.3 – Resultados dos modelos de regressão  
(coeficientes estandardizados)**

	Ligação dos artistas ao mercado de trabalho		
	L. desiludida	L. objectiva	L. subjectiva
<b>Sociodemográficos</b>			
Domínio – teatro	-0,04	-0,17 *	0,38 ***
Idade	-0,01	0,05	0,16
Idade início da carreira	0,01	0,16	0,01
Sexo	-0,05	-0,06	-0,01
Familiares artistas	-0,13	-0,03	-0,16
<b>Formação</b>			
Escolaridade formal	0,12	-0,12	0,17
Cursos de formação	0,20*	0,17*	0,15
<b>Trabalho durante a formação</b>			
Formação prática	-0,29 **	0,26 **	0,01
Acontecimento-chave	-0,10	0,18 *	0,04
<b>Importância dos contactos</b>			
Colegas	0,05	-0,09	0,01
Grupo profissional	-0,04	-0,05	0,07
Figura reconhecida	-0,04	0,02	0,02
R <sup>2</sup>	00,19 **	00,18 *	0,23 ***

**Nota:** As variáveis dicotómicas foram assim codificadas: domínio artístico (0 = dança; 1 = teatro); género (0 = feminino; 1 = masculino); Formação prática (0 = sem formação prática; 1 = com formação prática).

\*p < 0,05; \*\*p < 0,01; \*\*\*p < 0,001.

No quadro 3.3, os modelos estimados explicam uma proporção substancial da variação de cada uma das dimensões da ligação dos artistas ao mercado de trabalho. De salientar que nenhum dos indicadores da «importância dos contactos» é preditor fiável das dimensões da ligação dos artistas ao mercado de trabalho. Das variáveis sociodemográficas, apenas o domínio artístico (estar a trabalhar no teatro ou na dança) prediz duas dessas dimensões: a ligação objectiva e a ligação subjectiva.

Especificamente, os inquiridos do teatro apresentam menor «ligação objectiva» e maior «ligação subjectiva» ao mercado de trabalho do que os inquiridos da dança. Dos indicadores de formação, apenas o facto de os inquiridos terem realizado cursos de formação prediz a «ligação objectiva» e a «ligação desiludida com o mercado de trabalho». Quanto mais cursos de formação fizeram, maior é a ligação profissional objectiva, mas também maior é a desilusão com o mercado de trabalho. Finalmente, as actividades realizadas durante a formação são preditores fiáveis tanto da «desilusão profissional» como da «ligação profissional objectiva».

De facto, os inquiridos que disseram ter realizado trabalhos artísticos durante a sua formação profissional (*i. e.*, formação prática) são os que apresentam menor desilusão e maior ligação objectiva ao mercado de trabalho. Os inquiridos que consideram ter ocorrido um acontecimento-chave que alterou o curso da sua carreira também indicaram ter objectivamente mais ligação à profissão.

Os resultados obtidos caminham no mesmo sentido de uma pesquisa nacional sobre a profissão de arquitecto (Cabral e Borges 2010: 173-174) e de um conjunto de investigações e debates teóricos internacionais, dos quais destacamos o trabalho de Menger (2009: 237-366), especialmente, os resultados da análise das carreiras dos actores em França (Menger 1997: 70-78), e o trabalho de Montgomery e Robinson (2003). Em qualquer deles ficou demonstrado que a acumulação de experiências durante o período de estudos é um factor central para o sucesso dos indivíduos. Alper e Wassall (1998) examinaram o que determina a persistência nas profissões artísticas e com um questionário retrospectivo verificaram que «seja experiência em *full-time* ou em *part-time*, quanto mais experiência, maior a probabilidade de um indivíduo persistir no mercado como artista» (Alper e Wassall 2006: 822). Paralelamente à importância da experiência, Collins e Hand (2006) discutem ainda a importância dos prémios que marcam a diferença entre aqueles que vão ficando nas profissões artísticas pelo efeito cumulativo que estes têm na reputação dos indivíduos. No teatro e na dança, em Portugal, a atribuição de prémios distingue artistas e trabalhos apreciados pela crítica e pelos pares. Avaliaremos a sua importância em investigações futuras.

## **Implicações dos resultados**

Quais são as implicações do resultados apresentados ao longo deste artigo? Avançamos com três notas que nos parecem importantes. Em primeiro lugar, consideramos que a análise do comportamento e da organização dos artistas e dos profissionais da cultura, das suas carreiras e modalidades de trabalho é extremamente importante para fazer uma aplicação mais ampla a outros universos profissionais. Compreender o que se passa nas artes, os seus problemas e desafios, ajuda-nos a ler o que se passa em outras profissões. Por exemplo, há paralelos estreitos com a carreira de cientistas, investigadores e arquitectos, a nível do prazer que se associa a estas actividades de criação bem como à ocupação do tempo de lazer, a persistência além das possibilidades financeiras dos indivíduos

(a investigação não acaba e um trabalho artístico também é difícil de dizer que está acabado), podendo os rendimentos ser desequilibrados ou até inexistentes durante longos períodos de tempo. Isto sugere que a ligação simbólica ao mercado de trabalho é um facto importante da profissão, o que emergiu no nosso estudo como uma dimensão qualitativamente diferente da ligação objectiva e esteve relacionado com diferentes aspectos da formação dos inquiridos.

Em segundo lugar, parece-nos de extrema importância compreender o que afecta o tipo de ligação e participação destes indivíduos ao mercado de trabalho, tratando-se assim de melhor compreender os seus tipos de emprego, os rendimentos, a satisfação e a desilusão, os tipos de formação, e poder construir políticas de apoio público em consonância com esses indicadores. A um nível individual, ficamos com a ideia de que os nossos inquiridos se sentem gratificados por produzir arte, mas haverá uma adequação entre o tempo gasto e a realização/apresentação de trabalhos e a ligação ao mercado de trabalho das artes? A um nível mais geral, consideramos que é desajustada uma formação que aposte fortemente na componente teórica e não se abra à possibilidade de os alunos actores e bailarinos estarem desde sempre em contacto com os palcos.

Finalmente, consideramos que os resultados de estudos como o presente podem e devem ser interpretados no contexto mais amplo das indústrias culturais e criativas (Caves 2000), pois são sectores da economia que produzem bens e que estão em crescimento (veremos o que dizem os próximos resultados dos mais recentes Censos da população portuguesa). Em geral, nos países desenvolvidos, o seu número aumenta e encontram-se em maior percentagem no grupo dos jovens (Menger descreve as características destes mercados no capítulo anterior). Assim sendo, os artistas e os profissionais da cultura, elementos fulcrais nas indústrias criativas, devem ser alvo de análise e discussão para melhor compreensão das suas preferências e formas de auto-organização, auto-emprego, etc. Passos úteis para um melhor conhecimento do funcionamento interno destes mercados de trabalho que crescem e influenciam a sociedade, a economia e a nossa vida de todos os dias.

## **Conclusão**

Os resultados do estudo que realizámos mostram que a ligação profissional dos artistas ao mercado de trabalho está organizada em três dimensões principais: (i) a ligação objectiva, formada pelos rendimentos auferidos com o trabalho artístico e pelo tempo de dedicação à profissão

(tempo parcial, tempo inteiro); (ii) a ligação subjectiva, constituída pela satisfação dos inquiridos com os rendimentos e pela percepção de que o seu tempo está a ser investido em actividades artísticas; por fim, (iii) a ligação desiludida com a profissão, caracterizada pelo desejo de a abandonar, pelo seu abandono temporário e pela quantidade de tempo sem trabalho artístico.

Explorando a percepção que os indivíduos têm sobre a forma como aprendem, vivem e trabalham nas profissões artísticas, o capítulo mostra que o facto de actores e bailarinos terem realizado um determinado tipo de formação formal e uma formação específica não tem impacto relevante na sua ligação objectiva ao mercado de trabalho, isto é, nos seus rendimentos médios mensais, nem na sua situação na profissão, como trabalhadores a tempo inteiro ou a tempo parcial.

As diferenças entre os indivíduos com ou sem formação específica residem nas elevadas expectativas que os primeiros colocam nos seus rendimentos na fase actual da sua carreira e na forma, aparentemente despreendida, como lidam com a sua fraca ligação objectiva ao mercado de trabalho. A ideia defendida é que o elevado investimento dos artistas na sua formação específica gera maior ligação subjectiva ao mercado. Por outro lado, a formação específica deve ser vista como mais profissionalizante pelas competências técnicas que os artistas adquirem e transportam para as organizações culturais. Todavia, aquilo que nos leva mais longe neste estudo é a demonstração de que a ligação profissional dos artistas ao mercado das artes depende e está fortemente relacionada com o facto de os indivíduos terem começado a trabalhar antes de terminarem a sua passagem pela escola. Isto é, a formação prática mostra-se o elemento determinante da ligação objectiva dos artistas ao mercado e da sua menor desilusão face à profissão.

Estes resultados vão ao encontro da ideia de que a formação (formal e abstracta) tem vindo a tornar-se uma condição necessária para o exercício das profissões ligadas às artes, mas não conduz actores e bailarinos a uma carreira estável e de sucesso nestes mercados de trabalho. Aliás, neste estudo pudemos constatar que existe uma lacuna considerável entre o compromisso ou a ligação vocacional dos indivíduos ao mercado artístico e a maneira como esse compromisso se transforma em trabalho, e se resulta ou não numa trajectória de carreira ligada (de forma objectiva) às artes.

Apesar dos limites dos nossos dados (a amostra não é extensa), podemos afirmar que a formação em teatro e dança não funciona como um filtro que selecciona e escolhe os melhores artistas. A formação apresenta-

-se antes como uma forma de socialização dos indivíduos com o seu grupo de referência e isso faz-se, preferencialmente, quando estes estudam e trabalham ao mesmo tempo. A formação não promove diferenças nos seus rendimentos, mas talvez possa ser importante para outros comportamentos face ao mercado de trabalho, como a possibilidade de os indivíduos arranjam trabalhos mais bem remunerados fora das artes.

Em geral, podemos dizer que os actores se realizam mais subjectivamente pela sua motivação intrínseca, pelas gratificações simbólicas trazidas pelo exercício da sua arte. Por seu turno, os bailarinos estão realizados com a profissão de uma forma mais pragmática. Finalmente, o facto de os indivíduos terem trabalhado nas artes durante o período de formação escolar ligados a grupos e projectos profissionais é condição para uma ligação mais bem-sucedida ao mercado de trabalho. Os indivíduos conhecem antecipadamente as regras do jogo, os projectos e os nomes que lhes estão associados, e podem agir em função disso, além de terem adquirido habilidades práticas e experiência profissional, critérios exigidos pelo já limitado e competitivo mercado de trabalho.

O elevado número de artistas que considerou ter frequentado a escola, afirmando ter concluído um curso superior ou ter realizado uma formação específica nas artes associado à importância da experiência e à diversificação das disciplinas ensinadas dá sinais da crescente profissionalização dos percursos de carreira dos indivíduos nas artes. Estes resultados emitem ainda sinais de evolução no que respeita a escolas de teatro e de dança, aos seus programas pedagógicos, dando a imagem de que as escolas de artes aprofundam e alargam os seus interesses a outras matérias; os alunos procuram «aprender fazendo» entre a escola e o grupo. A formação específica é uma garantia de profissionalização dos artistas num mercado de trabalho cada vez mais concorrencial e especulativo (quanto mais jovem, melhor, quanto mais formação, melhor), no sentido de que ganhar novas competências dá ao indivíduo mais-valias que os grupos de teatro e de dança poderão aproveitar. Por outro lado, à medida que se desenvolvem formações específicas para os artistas e os profissionais auxiliares, como produtores, cenógrafos e figurinistas, assistimos a uma ligação da profissão à formação das equipas, sem que isso seja sinal de sucesso das carreiras artísticas e de permanência no mercado de trabalho das artes. As implicações dos resultados aqui apresentados são importantes para a compreensão das dinâmicas de organização destes trabalhadores criativos, em particular para o estudo que se encontra em curso sobre a reputação e o sucesso dos indivíduos nos mundos artísticos, tendo como pano de fundo um difícil contexto económico.

## Referências bibliográficas

- Abbing, Hans. 2002. *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amesterdão: Amsterdam University Press.
- Abbing, Hans. 2003. «Support for artists». In *A Handbook of Cultural Economics*, ed. Ruth Towse. Cheltenham: Edward Elgar, 437-444.
- Adler, Moshe (1985), «Stardom and Talent». *American Economic Review*, 75: 208-212.
- Alper, N., e A. Galligan. 1999. «Recession to renaissance: a comparison of Rhode Island artists 1981 and 1997». *Journal of Arts Management, Law and Society*, 29: 178-204.
- Alper, N., e Gregory H. Wassall. 1998. «Artists' labor market experiences: a preliminary analysis using longitudinal data». In *Economics of Artists and Arts Policy*, eds. M. Heikkinen e T. Koskinen. Helsínquia: Arts Council of Finland.
- Alper, Neil O., e Gregory H. Wassall. 2006. «Artists' Careers and Their Labor Markets.». In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, eds. Victor A. Ginsburgh e David Throsby. Amesterdão: Elsevier, 813-864.
- Baumol, William, e William Bowen. 1966. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. New Haven, MA: Yale University Press.
- Benhamou, Françoise. 2000. «The Opposition between Two Models of Labour Market Adjustment: The Case of Audiovisual and Performing Arts Activities in France and Great Britain over a Ten Year Period». *Journal of Cultural Economics*, 24: 301-319.
- Borges, Vera, e Ana Delicado. (2010). «Discípulos de Apolo e de Minerva: Vocações artísticas e científicas». In *Profissão e Vocação. Ensaios sobre Grupos Profissionais*, orgs. Ana Delicado, Vera Borges e Steffen Dix. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 209-245.
- Cabral, Manuel Villaverde, e Vera Borges. 2010. «'Muitos são os chamados, poucos os escolhidos': entre a vocação e a profissão de arquitecto». In *Profissão e Vocação. Ensaios sobre Grupos Profissionais*, orgs. Ana Delicado, Vera Borges e Steffen Dix. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 147-177.
- Carrano, Michela. 1982. «Illusione e delusione nel lavoro creativo: il caso delle attrici di cinema». *Sociologia del Lavoro*, 5 (15-16): 247-260.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Collins, Alan, e Chis Hand. 2006. «Vote Clustering in Tournaments: What Can Oscar Tell Us?», *Creativity Research Journal*, 18 (4): 427-434.
- Ferreira, Vítor Sérgio. 2003. «Lugar da escola na construção de carreiras artísticas». In *O Mundo da Arte Jovem: Protagonistas, Lugares e Lógicas de Acção*, eds. Maria de L. Lima dos Santos, Vítor Sérgio Ferreira, Teresa Duarte Martinho e João Sedas Nunes. Oeiras: Celta Editora: 67-158.
- Filer, Randall, K. 1990. «Arts and Academe: The Effect of Education on Earnings of Artists». *Journal of Cultural Economics* 14: 15-38.
- Frank, R. H., e P. J. Cook. 1995. *The Winner-Take-All Society*. Nova Iorque: The Free Press.
- Mateus Associados. 2010. *O Sector Cultural e Criativo em Portugal. Estudo para o Ministério da Cultura*. <http://www.portaldacultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/Imprensa/SCC.pdf>. Consultado em 20 de Março de 2011.
- Menger, P.-M. 1997. *La profession de comédien. Formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication.

- Menger, P.-M. 2006. «Artistic Labor Markets: Contingent Work, Excess Supply and Occupational Risk Management». In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, eds. Victor A. Ginsburgh e David Throsby. Amesterdão: Elsevier: 765-811.
- Menger, P.-M. 2009. *Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Paris: Gallimard/Seuil.
- Montgomery, Sarah, e M. Robinson. 2003. «What becomes of undergraduate dance majors?». *Journal of Cultural Economics*, 27: 57-71.
- Nunes de Almeida, Ana, e Maria Manuel Vieira. 2006. *A Escola em Portugal – Outros Olhares, Novos Cenários*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Resende, J., e Maria Manuel Vieira, eds. 2009. *The Crisis of Schooling? Learning, Knowledge and Competencies in Modern Societies*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Rosen S. 1981. «The Economics of Superstars». *American Economic Review*, 71: 845-858.
- Santos, Maria de L. Lima dos, Vítor Sérgio Ferreira, Teresa Duarte Martinho, e João Sedas Nunes. 2003. *O Mundo da Arte Jovem: Protagonistas, Lugares e Lógicas de Acção*. Oeiras: Celta Editora.
- Throsby, C. David. 1994. «A Work-Preference Model of Artistic Behavior». In *Cultural Economics and Cultural Policies*, eds. Alan Peacock e Ilde Rizzo. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Throsby, C. David. 1996. «Disaggregated Earnings Functions for Artists». In *Economics of the Arts*, eds. Victor A. Ginsburgh e Pierre-Michel Menger. Amesterdão: Elsevier: 331-346.
- Towse, R. 1993. *Singers in the Marketplace. The Economic of the Singing Profession*. Oxford: Clarendon Press.
- Towse, R. 2006. «Human capital and artists' labour markets». In *Handbook of the Economics of Art and Culture*, eds. V. Ginsburgh e D. Throsby. Amesterdão: Elsevier.
- UNESCO. 2010. *Segunda Conferência Mundial sobre Educação Artística*. [http://portal.unesco.org/culture/en/files/41117/12798106085Seoul\\_Agenda\\_Goals\\_for\\_the\\_Development\\_of\\_Arts\\_Education.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/41117/12798106085Seoul_Agenda_Goals_for_the_Development_of_Arts_Education.pdf). Consultado em 20 de Março de 2011.

**Parte II**  
**A criatividade**  
**no seu contexto: dinâmicas**  
**institucionais e territoriais**



Tyler Cowen

## Capítulo 4

# The microeconomics of public choice in developing economies: a case study of one Mexican village\*

So much of development economics focuses on the macroeconomic level and national policies. For instance one argument is that freer countries grow and overregulated, statist economies stagnate or regress. The empirical growth regressions focus on how GDP per capita correlates with national policies, as might be defined by one of the extant «freedom indices».

For all the importance of this line of work, it is missing some relevant factors, namely local government and local institutions. If we are to understand economic development, and underdevelopment, we need a better understanding of local institutions and how they operate. In this brief paper I'll outline some of what I learned about one pueblo in Mexico, San Agustín Oapan, in the state of Guerrero, Rio Balsas region.

For background, Oapan has an active population of about 1500 people, 3000 if the itinerant merchants were all back home at the same time. The pueblo lies along the Rio Balsas and the residents have grown corn since pre-Hispanic times. Squash, pumpkins, watermelons, and other crops are grown as well. The terrain has mountains, canyons, and very large cactuses and is renowned for its beauty. Most of the cash income in the village comes from selling crafts such as painted pottery, bark paper drawings («amates»), and painted stones, often to North American tourists in locales such as Acapulco and Cancun. Until 2007 the village was at least three hours from any major paved road, although

---

\* For useful comments the author is especially grateful to Jonathan Amith, Marcial Camilo Ayala, and Inocencio Chino Jimenez.

with the new road Oapan is only a bit more than an hour from Iguala, a city of 60,000. A typical Oapan family might have seven members and a yearly income of two thousand dollars. There is poverty but in the last generation starvation has disappeared, mostly because of the income from crafts. My interest in the pueblo dates from my role there as art collector, but I've also learned a fair amount about village politics and I am using this paper to pass along that information.<sup>1</sup>

I view the political lessons from Oapan as complex rather than simple. We do observe a largely dysfunctional politics. Much of Mexican politics has been about extracting wealth from productive individuals, rather than supplying public goods to rural communities (see Andreski 1966) and we see this tendency throughout the country, including in Oapan. Nonetheless the villagers have established some (partially) effective defense mechanisms against the external appropriation of village resources. The net effect of those protections, however, is to make internal politics in the village even more dysfunctional. One general lesson is that in an overall climate of wealth predation it is very difficult to establish good local institutions.

Rural Mexican municipal government, as found in Oapan and numerous other pueblos, presents some special features:

- Local governmental structures are extremely weak, relative to the outside forces they confront;
- Corruption is a paramount danger;
- Local officeholding is a cost rather than a benefit, under the «cargo system», to be explained below;
- Local democracy is participatory;
- The political spectrum usually is defined along issues of preservation versus change, rather than along traditional left- or right-wing ideological lines;
- The lines between politics, religion, and kinship are blurred; personal quarrels dominate politics.

These features, taken together, have created a political environment that discourages the production and accumulation of wealth. It also limits the incentive to provide local public goods. In other words, many of the

---

<sup>1</sup> I've visited the village a dozen times and my longest stay there was three weeks. I've conducted extensive interviews with North Americans who have lived in the area and also with numerous village residents. I present the artistic history of the village (and also some discussion of its politics) in my book *Markets and Cultural Voices: Liberty vs. Power in the Lives of the Mexican Amate Painters* (Cowen 2005).

problems of economic development are the problems of establishing effective local governance. Let's start with the cargo system and then see how politics in Oapan operates.

## The cargo system

The system of town government is derived from both pre-Hispanic and colonial influences. Town politics are participatory and democratic, and decisions consume a lot of time and energy. A decision to involve oneself in politics places one's time and money at the mercy of community demands. Furthermore the community is sufficiently small that a personal relationship or enmity usually precedes a political one. In effect weak systems of local government are superimposed on social and kinship-based quarrels.

Unpaid volunteer labor, under the threat of community pressure, is the core form of political service. The *comisarios*, the *mayordomo*, and the *fiscál* are most important political posts. In addition to these offices, volunteers record transactions (the *secretario*), serve in the village band, perform songs and prayers, and help the major officeholders prepare for fiestas. That includes sewing, making candles, baking bread, repairing public buildings, and carpentry, among other tasks.<sup>2</sup>

Most notably, public expenditures often come directly from the pocket of the officeholder, rather than from the general till or from tax revenues. The officeholder can draw up fines levied locally but often that money runs out. The result is that holding political office is more of a cost, or a form of coerced contribution, than a means of enrichment. Officeholders, for instance, pay for most of the town fiestas, one of the most prominent public goods. This practice, common to many Mexican and Central American pueblos, is known as the «cargo system».

Most duties in the cargo system are organized around local public goods. The *comisario* is the political leader, akin to a mayor. *Comisarios* are responsible for acting as town ambassador to the outside world, making sure town affairs run smoothly, organizing the fiestas, enforcing the laws, deciding when a tribunal should be called, preventing disorderly behavior, and, most of all, resolving disputes.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> See Good (1993: 314-316).

<sup>3</sup> Serious crimes, however, are brought to the county seat at Tepecualcuilco. On institutions in neighboring Ameyaltepec, which are similar in form, see Good Eshelman (1988, chapters six through nine).

The comisario receives the complaints from villagers. In theory the comisario receives payment from the fines he collects, but very little of this income ends up in his hands. When individuals are censured for disorderly conduct, they are to pay a fine, at the discretion of the comisario, but no more than ten to twenty dollars. These fines are considered morally legitimate, but most comisarios see little of this money. The helpers of the comisario demand that the money be spent on them in the form of small tips or gifts of food. Usually there is little or nothing left over from the fines and so again the comisario is responsible for expenditures at the margin. Furthermore social pressures discourage the comisario from levying excessive fines.<sup>4</sup>

Accepting the comisario office therefore is a very costly decision and for many officeholders it effectively amounts to bankruptcy. It commonly involves expenditures of several thousand dollars on the village fiestas, or incidental expenses, for that year.

Another official, the mayordomo, takes care of the chapel of his barrio, opens and closes the doors of the church at the appropriate times, and contributes expenses towards the fiestas. He buys fireworks, flowers, and food and drink for ceremonial events, including for church services every Sunday. The mayordomo also receives no pay. In fact one former mayordomo, Inocencio Chino, estimates the post cost him about two thousand dollars in direct expenses, not counting his time and energy. The mayordomo's family and social network will help him bear these costs to some extent, but the mayordomo must later repay these favors with future reciprocal assistance, so many of the private costs of these posts are simply postponed.

The fiscal organizes some religious festivals and takes care of the church. He is responsible for opening and closing the church every day, caring for offerings, keeping the church clean, taking care of the church «saints» («santos», or statues, used in some fiestas), coordinating the activities of the church singers, and receiving offerings to the saints. Again, this is more of a burden than a benefit.

The powers of these officeholders are tightly circumscribed, and thus Oapan government is constrained and responsive to public opinion. Individuals serve a single year term, which typically is not repeated. Major officeholders must meet the informal approval of what pueblo members call «the authorities» [«las autoridades»]. These are respected individuals, typically older, who have held important pueblo posts in the past. They

---

<sup>4</sup> A number of «topiles», or assistants, help the comisarios implement their decisions.

are the ultimate court of opinion through which all political decisions must pass, if those decisions are to command long-run community support.

The obvious cost to the cargo system is that it is ill-suited for producing local public goods. The quality of the town school is low, and usually no teacher is present. The result is that most of the villagers have only minimal literacy. The village gulleys have an increasing quantity of garbage and plastic and it does not get picked up or otherwise processed or restricted. Villagers themselves debate which local public goods should be the priority, but in practice the money goes to the yearly town fiestas, the fireworks, the candles, and so on. In the cargo system the incentive to serve the public interest simply isn't that strong, if only because the officeholder pays the bill for most proposed benefits at the margin.

The cargo system may appear strange from our vantage point, but it is not without rationale. In lieu of using tax revenue, the community conscripts labor and forces a few individuals each year to pay an especially large part of the total tax bill, through «donations» of their time and money. It is not obvious that the community has the tax infrastructure to raise money and pay full salaries each year; a lot of income is in-kind or produced within the household. Technologies of measurement and monitoring simply aren't very advanced in Oapan, if only because of limited literacy. Furthermore many villagers would rather do a year's worth of work, as an officeholder, than pay higher taxes throughout their lives.

The cargo system also eases monitoring costs. The authorities assess the lifetime contribution of each family head and then decide which subsequent burdens, in the form of political office, would be fair or appropriate. Since most of the cargo expenditures take the form of highly visible outputs, such as fireworks, beer, candles, and flowers, villagers can observe directly how good a job the officeholder has done. Monitoring the labor contribution, in the form of the cargos, is possibly easier than monitoring tax contributions.

The cargo system also makes it easier for the community to implement discretionary taxation. The injured, the sick, the alcoholic, and the totally destitute are not typically expected to execute major cargos. No one wants these people to hold major offices, so the decision to excuse them is non-controversial, and «incentive-compatible». It would be harder, however, to use discretion to adjust the tax burden of each family each year. Everyone might agree that an alcoholic should not hold a major cargo, but not everyone will agree what alcoholism should imply,

if anything, for a pecuniary tax burden. The cargo system thus helps an inevitably discretionary system to economize on decision-making costs. The point is not that the system is efficient but simply that it has some rationales rather than none, and that helps explain why it persists.

Some anthropologists, writing about other Mexican villages, have treated the cargo system as a means of purchasing social status and rising in the hierarchy of the village. This hypothesis, however, underrates the expenditures and the hassles relative to the status. We need to understand the marginal incentives of the cargo system, not just focus on whether some people enjoy being the leader.<sup>5</sup>

The operation of the cargo system resembles a university department in some regards. High status individuals are seen as eligible for cargos, much as an academic department might pressure successful members to become department chair for several years. Senior members of the department think about who has not yet been chair, and who might serve as a plausible candidate. (Note that the individuals who most want the job are not necessarily most wanted by others.) They then try to recruit this individual with a mix of pressure and persuasion, most of all appealing to guilt and a sense of community service.

Being chair offers some kinds of status but not others. Saying no, when one is a due to be chair, or is an eligible candidate, involves a negative stigma. Furthermore there is status in being asked, even though the job itself brings little status. Nonetheless being a good chair is not the primary means to status in academia, just as being *comisario* is not the primary means to status in the *pueblo*. In Oapan social networks, wealth, articulate speaking, and effective politicking produce more prestige than does office holding. Whether as a department chair or as a *comisario*, it is easier to lose prestige through one's service than to gain it. Both jobs are more of a burden than a blessing. In both cases, individuals usually look forward to the end of their term.

Most individuals accept the cargos simply because they have to. They can leave the village altogether, as many people do, but otherwise an eligible candidate is expected to take the job. Failure to take the job would result in a loss of personal standing within the village. And while the job

---

<sup>5</sup> Greenberg (1981, chapter one) offers a systematic survey of hypotheses about status and the cargo system; see also Foster (1967: 207-211). Some writers have mentioned a redistributivist motive for the cargo system; see Greenberg (1981: 7-12). Brandes (1988: 55-6) offers some evidence against the egalitarian and «economic levelling» explanations of the cargo system.

is costly, many individuals (until lately) had not expected to accumulate much wealth in any case. In other words, the feeling was that a person could lose his wealth through a cargo, or lose it in some other fashion, so why not accept the cargo? In any case excess wealth tends to be soaked up by the demands of relatives for aid when bad times or medical emergencies appear, as they very frequently do in Oapan. In the village the effective «marginal tax rate» on wealth accumulation is very high, whether the demands on that wealth come through the cargo system or not.

Performing a major cargo duty does bring some benefits. A comisario, for instance, has considerable influence for his year in office and some influence beyond that, if he was successful in building coalitions. People come to him to ask for favors, much as they might go to a departmental chair. Many comisarios enjoy being a center of attention in this fashion.

For better or worse, a cargo system is hard to get rid of, once in place. Most of the minor cargo burdens fall on individuals between twenty and thirty years of age. The major cargos fall on individuals who are somewhat older, but still relatively young, say in the range of thirty to fifty years old. The elderly typically already have served their major cargos. As a result, this demographic distribution of the tax burden makes the system very stable. In essence the elderly already have paid their taxes for life and they are receiving a steady stream of benefits from the labor of others. Thus they tend to oppose change, for the same reasons that they oppose changing social security systems in the wealthier Western democracies. Reformers have found age-linked social security systems to be among the most difficult institutions to change or improve, and the cargo system is «sticky» for related intergenerational reasons.

## **Why weak government has some benefits for the villagers**

Probably the biggest benefit of the cargo system has to do with protecting the village against the possibility of internal corruption. Oapan residents sometimes benefit from having a weak and ineffective government. Limiting the power of the pueblo officials, and giving them little or no access to a «public purse», makes it harder and less worthwhile for outside parties to purchase the loyalties of those individuals.

The pueblo faces periodic confrontations with the outside world, during which time the entire future of the pueblo may be at stake. External institutions, such as the Mexican federal government or General

Motors (more on these below), are more powerful than the pueblo itself. To the extent that individuals in power are corruptible, the pueblo will never have the resources to purchase their loyalties. By checking their political power so tightly, the pueblo tries to ensure that corruption cannot be used against them. In other words, «buying the comisario» simply isn't worth that much. During normal times this weakness of power may lead to ineffective government with weak powers and lots of squabbles, but during critical periods the system allows the loyalties of the leaders to stay connected with the interests of the pueblo. This is a general theme stressed by James C. Scott in his recent book *The Art of Not Being Governed* (2009), which focuses on how poorer communities resist absorption or corruption at the hands of larger and wealthier outside cultures.

Let's look at two of these critical episodes, when the future of the village was at stake, in more detail.

The first episode came in the early 1990s when there was a talk of displacing the entire community through construction of a dam. The dam would have been built at San Juan Tetelcingo, a nearby Nahua pueblo, to meet the growing national demand for electricity. It was hoped that the World Bank would support the project with a loan. The proposed dam would have inundated most of Oapan, requiring the relocation of the residents. Oapan residents would have lost their homes, their growing fields, their ancestral graves, and, from their point of view, their cultural identities. They would have been lumped together with displaced individuals from other villages on a piece of unpromising mountainous land with no water, located nearby. Given other recent examples of these resettlements, it's not obvious that the displaced residents would have received much compensation. The state and county-level politicians, however, generally favor such infrastructure projects because they can receive kickback income from the contracts, either directly or indirectly.<sup>6</sup>

In response to the dam crisis, the villagers allied with some neighboring villagers and formed a council to organize protests, starting in October of 1990. The group consisted of numerous town comisarios and other local leaders of note. The county government was not trusted and so the villagers took the matter into their own hands. But the Council wasn't so much a governmental entity as a loosely organized group, deriving its authority from the villagers and their leaders

---

<sup>6</sup> In addition to interviews, I have drawn on Hindley (1999) for information about the dam and the protests.

themselves. The primary personal returns for Council members came from their standing in the community, and it proved difficult for outside powers to «buy out» the Council. There was no powerful leader who could be bought and who could then betray the pueblos.

The Council basically won the battle. In addition to organizing demonstrations, roadblocks, and protests, the Council drew up a petition to then-President Carlos Salinas, asking him to cancel the dam. The Council organized several roadblocks of the Mexico City-Acapulco highway, which won press attention, generated support from environmentalists, and caused some members of the opposition PRD party to take the side of the villagers. A march to Mexico City garnered further attention.

Eventually the state governor (of Guerrero) yielded to pressure and cancelled the dam, and the federal government of Mexico ratified this decision. Furthermore, funding interest from the World Bank was drying up, partly because the dam did not appear economic and partly because it was now politically problematic.

A second and more recent controversy in the pueblo concerned a General Motors offer to buy village lands. In 2001 it became known that General Motors was negotiating to buy land in Oapan and the neighboring pueblo of San Miguel. GM would have used the land to construct a large track for testing automobiles. The project would have occupied about two-thirds of the agricultural lands of the village and it probably would have changed the way of life in Oapan.

The community voted to reject the offer, in large part because of their extreme suspicions. Pueblo members expect that the outside world, especially the Mexican government, will lie to them. They simply did not believe the talk of how a GM test track would bring money and jobs to the town. The price received by each family would have depended on its particular land holdings, overall the rate would have given many typical families somewhere between four hundred and a thousand dollars. To the villagers this seemed like a small amount for giving up their way of life and their land forever.

Fewer than fifteen voting villagers supported the project. Villagers know that big changes would bring them under the scrutiny of the broader Mexican political establishment, and they have a general sense that will turn out badly for them. Again, the villagers would not expect to receive the money that is promised to them. Today they can live largely undisturbed and off the radar screen, so to speak.

Note that while Oapan land holdings usually function as private property, the final land title is vested in the community, as in typical

«ejido» systems. So the villagers never faced individual choices as to whether they wished to sell to General Motors. Instead the community as a whole voted no, and that was binding on everyone.

The state government pressured the villagers to take the GM offer, but for obvious reasons that strategy did not work, and it may even have been counterproductive, as government pressure made the villagers more suspicious. A number of village leaders report that the government promised to resolve some ongoing land disputes with other pueblos if the villagers would sell the land. The no votes remained firm, and GM moved on to look for other village lands to buy.

This desire to preserve the past, and the suspicion of outsiders, has remained strong in the entire region. Decades before, textile interests tried to set up commercial looms in Ameyaltepec, another neighboring pueblo, but the villagers refused to cooperate, in large part because of their suspicion of outsiders. Anthropologist Peggy Golde notes that villagers in the region often gave pseudonyms to their pueblos in the late 1950s, so that no one from the outside world could find or identify them.<sup>7</sup>

Although the GM sale fell through, the villagers do not regard the matter as closed. The villagers know that they sit on potentially valuable land, underused from the point of view of the Mexican government. The Mexican government would gain economically, if only through opportunities for corruption, if it could bring large economic projects into rural Guerrero and push out the villagers.

The General Motors episode also shows why institutions such as NAFTA are problematic for many of the indigenous groups in Mexico. While the economic case for free trade is a strong one, politics matters as well. The long-run benefits of NAFTA, most of all for Mexico, are likely to dramatically outweigh the costs, but trade can worsen some political problems in the shorter run.

The core problem is that greater wealth sometimes brings greater political confiscation along some margins. NAFTA, and economic development more generally, has attracted much foreign investment to Mexico. The land in Guerrero is suddenly more valuable than before, or at least potentially so. With decent roads, Oapan would be no more than two and a half hours from Mexico City. The Mexican national and state-level government therefore would like to get the villagers off the land,

---

<sup>7</sup> On this episode, see Golde (1986: 79).

whether by legitimate means or not. The Mexican state and federal governments also favor foreign investment when the villagers do not, again if only to capture payoffs. NAFTA in some regards has increased conflicts of interest between the villagers and higher levels of Mexican government.

## Church disputes

It's also interesting to scrutinize disputes which are internal to the pueblo or the region, to get a better sense of how governance works, or in some cases does not work. Some of the major debates in Oapan have concerned the nature of church services in town. In Oapan there has been a modern priest (a charismatic) and a traditional priest (a LeFebvrist), both of whom visit the pueblo. The villagers have fought over whether the ways of the modern priest or the traditional priest should reign, and the disagreement came to a head in the 1990s. Throughout most of the last decade this has represented the most significant fracture within Oapan.<sup>8</sup>

It is possible to interpret the fights in terms of a modernization faction and an anti-modernization faction. Beneath the religious issues, the two sides are arguing over the future of the pueblo and its relation to the outside world. It is a common pattern in Latin America for the more «charismatic» or «protestant» religions to support commerce, a strong work ethic, and modernization, while turning their back on many indigenous customs, including costly fiestas. In the Alto Balsas region the charismatic factions are much stronger in the more modernized nearby pueblos of Ameyaltepec and Xalitla, plus in the larger cities. The anti-charismatic faction understands these associations with modernization and resents them. So even though most villagers do not have well worked-out theologies, the church has become a symbolic forum for disputes over what Oapan should be.

Throughout the 1990s these religious disputes have mapped into party disputes, causing the village to split into factions. The village has

---

<sup>8</sup> Some members of Oapan have become Jehovah's Witnesses or Mormons, especially the former. This is considered a conscious decision to reject the traditions of the pueblo and to embrace some parts of the outside world. Many villagers object to the antipathy that these converts hold to the traditional fiestas, costumes, and ceremonies. In fact these conversions are threatening to break down the cargo system, since converts are not eligible for the cargo duties.

two parties, PRI and PRD, corresponding to the two major parties on the Mexican national scene (PAN has fewer supporters in Oapan). On the national scene PRI has the image of the establishment party that ruled in the past, while PRD is more left wing. The role of these parties in the village does not map tightly to their ideological reputations at the national level, but the divide is nonetheless real. The choice of party signals a stance on internal village politics.

The opponents of the modern priest tend to come from the left wing PRD party, and supporters of the modern priest tend to come from PRI. That said, most individuals of the pueblo do not have a good idea what either party is about at the national level, so party membership should not be considered an explanatory variable in these disputes. If anything, party membership results from a position in the disputes, rather than vice versa.

The political fracture has influenced the fiestas of the pueblo and split their audience. At times the PRI followers seek to stage their own fiestas, typically to be held after the fiestas of the PRD followers. They want to have a different castillo (fireworks structure) and different bullfights. So far the PRD forces have resisted this potential split in the fiestas. When the PRI supporters tried to bring in their own bulls for their own bullfight, the PRD forces blocked the road and would not allow it. Disputes over the castillos, the bullfights, and the fiestas have all led to tensions.

In part the fracturing of local government derives from the recent democratization of Mexico and the arrival of parties in the village. Democratization means that voting now matters, unlike in the past when PRI held a virtual political monopoly. In earlier times outside politicians never visited the village, as they had no need to. Today political candidates come to the village to obtain votes and support. This tends to politicize the village, create factions, and split opinion. The outsiders are perceived as having access to resources that the villagers do not, if only the ability to pave the road down the mountain.

The greater wealth of the village is another reason why politics has heated up. In earlier times there was much less of a surplus to fight over, as residents were living much closer to subsistence. In contemporary times the fiestas involve more material resources, the land is worth more, and the church has more money. At the same time, the increasing wealth of the village has created more free time, including free time to pursue politics. Villagers need not spend all their spare time working the fields to hold off starvation, but now enjoy a surplus, albeit a modest one.

We can think of the village as having a set of social networks, and a set of conventions for how those networks operate. Those conventions evolved over many decades when Oapan was a much poorer and much more isolated place. The conventions may have produced stability in an earlier time. But in the more modern environment of greater wealth, more free time, more contact with the outside world, and more democracy, these norms and conventions have led to quarrels and disunity.

More generally, the Oapan experience suggests a modification to extant theories of cooperation. A wide variety of writings in the social sciences argue that cooperation is possible when interactions are repeated, anonymity is absent, and the number of participants is relatively small. These same conditions, however, are precisely what have damaged cooperative behavior in Oapan, at least once people could find the time and energy to fight. When individuals are driven by envy, and the desire for status, their behavior will not fit models of material self-interest. They will seek to feel good about themselves, and hold a feeling of self-righteousness, rather than striking a quick and simple bargain or compromise. In part the various parties are locked into ongoing bargaining games and are looking to maximize their share of the surplus. Simple favor trading no longer suffices, as everyone cares about his bargaining position for the future. And in part the participants do not wish to give up their historic grudges.

Excess familiarity becomes the root of conflict rather than the solution (Cowen and Sutter 1999). Since neither party will find a cooperative solution to be fair or acceptable in terms of local prestige, repeated interactions escalate the emotional import of conflict.

For these reasons, the so-called Coase Theorem does not apply to village politics. Disputants cannot eliminate their problems simply by sitting down at the bargaining table and cutting a deal. The principle of identity – a person's sense of who he is and what he stands for – interferes with the principle of mutual benefit through trade.

## **Toward the future**

At present most of the Rio Balsas villages are in the process of becoming remittance economies. Oapan lags behind in this process, because out-migration has been slower, but it was headed in the same direction, at least until the recent economic crisis led to reverse migration back to Mexico. Oapan has developed at a solid pace since the 1960s; I have estimated this

at roughly six percent a year (Cowen 2005), with occasional breaks during Mexican recessions and financial collapses, such as in the early 1980s. Some Oapan families are building up their craft businesses and some families now earn as much as \$10,000 a year or more.

The village does not yet show signs of throwing off the institutions of traditional governance. Many Mexican villages have abandoned the cargo system, however, and moved to more mainstream municipal forms. For this to occur in Oapan, it might be required that first the village has natural and less suspicious relations with the outside world. As Mexico continues to democratize, and as more villagers vote and gain national political influence, this will likely someday come about.

## Bibliography

- Andreski, Stanislav. 1966. *Parasitism and Subversion: The Case of Latin America*. New York: Pantheon Books.
- Brandes, Stanley. 1988. *Power and Persuasion: Fiestas and Social Control in Rural Mexico*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Cowen, Tyler. 2005. *Markets and Cultural Voices: Liberty vs. Power in the Lives of the Mexican Amate Painters*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2005.
- Cowen, Tyler, and Daniel Sutter. 1999. «The Costs of Cooperation». *Review of Austrian Economics*, 12, 161-173.
- Foster, George M. Tzintzuntzan. 1967. *Mexican Peasants in a Changing World*. Boston, MA: Little, Brown, and Company.
- Golde, Peggy. 1986. «Odyssey of Encounter». In *Women in the Field: Anthropological Experiences*, ed. Peggy Golde. Berkeley, CA: University of California Press, 65-93.
- Good Eshelman, Catharine. 1988. *Haciendo la Lucha: Arte y comercio nabuas de Guerrero*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Good, Catharine Louise. 1993. «Work and Exchange in Nahuatl Society: Local Values and the Dynamics of an Indigenous Economy». Ph.d. dissertation, Johns Hopkins University.
- Greenberg, James. Santiago's Sword. 1981. *Chatino Peasant Religion and Economics*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Hindley, Jane. 1999. «Indigenous Mobilization, Development, and Democratization in Guerrero: The Nahua People vs. the Tetelcingo Dam». In *Subnational Politics and Democratization in Mexico*, ed. Wayne A. Cornelius, Todd A. Eisenstadt and Jane Hindley. La Jolla, CA: University of California, San Diego (Center for U.S.-Mexican Studies), 207-238.
- Scott, James C. 2009. *The Art of Not Being Governed: An Anarchist History of Upland Southeast Asia*. New Haven, CT: Yale University Press.

## Capítulo 5

# Do musical ao profissional (ida e volta). Experiências artísticas e profissionais nas músicas *rap* e electrónicas\*

## Introdução: das culturas abertas ao mundo social

O presente capítulo apoia-se numa investigação que realizei no interior dos universos profissionais das músicas *rap* e electrónicas (entre 1998 e 2003). Durante esta investigação, tornou-se muito claro que as culturas às quais esses géneros musicais estão ligados produzem uma imagem do artista muito distante daquela que é transmitida pela estética mitológica clássica – ou seja, a imagem dos criadores procurando trabalhar ao abrigo de uma hipotética «torre de marfim» –, diferentes também da postura característica e autonomista da «arte pela arte» descrita por P. Bourdieu através dos casos de Flaubert e Baudelaire (Bourdieu 1992). Ouvindo estas músicas, podemos constatar muito rapidamente que os *rappers* e os «electrónicos» (designo assim aqueles que fazem músicas electrónicas, quer se trate de *techno*, *house*, *jungle*, electrónica...), pelo contrário, enfatizam naturalmente os laços (e mesmo os determinismos) que ligam as suas obras aos ambientes de trabalho onde estas nascem e nos quais se projectam. Neste texto, vou examinar a relação entre as experiências musicais e as experiências profissionais desses músicos. A minha ideia consiste em investigar a sua pretensão para agir musicalmente do social para o social e mostrar que as suas experiências musicais e profissionais são relativamente indissociáveis do ponto de vista da análise sociológica.

---

\* Texto traduzido por Vera Borges.

## A crítica social nas obras

A crítica dos «poderes instalados» e das regras nas quais se apoiam (as regras do «sistema») é talvez a forma sob a qual a abertura do meio das músicas actuais sobre o mundo social se manifesta da maneira mais evidente. A obra musical é assim concebida como uma obra crítica de denúncia, visando particularmente os poderes públicos, as forças da ordem, e os *media*.

Os *media* são particularmente visados nos discursos dos electrónicos que denunciam a uniformização da cultura. O objecto desta crítica, a «sociedade de consumo», definido como espaço da dominação das lógicas de mercado das multinacionais sobre os comportamentos individuais, é a repressão da expressividade individual perante uma oferta de produtos pouco diversificados e destinados a atrair o maior número de indivíduos (Jouvenet 2004). Esta forma de «crítica artista do capitalismo» (Boltanski e Chiapello 1999) visa não só os responsáveis pela estandardização comercial dos produtos culturais, mas também a massa das pessoas (o «rebanho») culpado por aceitar as suas orientações sem as pôr em causa. As práticas musicais electrónicas inscrevem-se assim num movimento de resistência à imposição das representações dominantes, com o objectivo de colocar em e na obra(s) um contrapoder cultural. O sucesso crítico dos artistas assenta desde logo na sua capacidade de mostrar a sua não submissão. Trata-se de manter uma posição ambivalente, recusando-se a submeter o seu projecto artístico às regras e/ou às categorias do mundo comercial... permanecendo no entanto suficientemente espectacular para poder «dinamitá-los a partir do interior» (para utilizar uma justificação tantas vezes ouvida).

Do lado do *rap*, a crítica dos «poderes instalados» visa também os *media* («o grande combate é contra os *media*, a primeira potência do mundo», disse um membro do grupo IAM), e em particular a televisão. A crítica diz respeito igualmente ao Estado e aos seus representantes, os políticos e os funcionários. «O político corrupto» e «o funcionário da oposição» são por exemplo personagens recorrentes do *rap* marselhês (Casolari 1999: 81-82). Encontra-se também muito frequentemente a personagem do polícia, que permite fazer a ligação entre a pintura das condições de vida difíceis e a crítica das figuras do poder. Mas a crítica pode ser também mais abstracta, e assumir a forma de revelação de certos mecanismos sociais tais como a desigualdade de oportunidades (como em «Nés sous la même étoile» de IAM) ou a reprodução social. Neste contexto, mais do que um símbolo, a música é concebida como um instru-

mento de luta social (de facto não são só os textos cantados nas obras ou as intenções dos artistas que têm essa carga crítica: é todo o dispositivo de criação que está orientado nesse sentido).

Além dessa dimensão crítica, a abertura das obras ao «social» segue a tendência dos *rappers* e dos electrónicos para fazer das suas criações produções culturais típicas de certos grupos sociais, tradicionalmente pouco escutados. Eles consideram assim o seu trabalho como uma maneira de fazer ouvir a voz alternativa de uma juventude muito pouco escutada.

Dito isto, é necessário diferenciar as missões dos *rappers* – aqueles que se reportam explicitamente às populações que sofrem pela expulsão para as áreas urbanas desfavorecidas (dito de uma forma rápida) – e os músicos electrónicos – cujos diversos subgéneros de referência remetem para reivindicações diversamente marcadas socialmente. Não obstante, de um lado como do outro, esta pretensão de «representar» (como dizem os *rappers*) explica a insistência nas biografias dos artistas e nos seus ambientes de trabalho e de criação. Sempre prontos para dar conta do contexto social dos seus ateliês de criação, os *rappers* e os músicos electrónicos fazem assim prova de um certo «sociologismo», na medida em que tudo é feito de maneira a não isolar o gesto criador do ambiente no qual ele é efectuado. Dito de outra forma, nestas culturas musicais, o artista é completamente o oposto do «criador não criado» agindo num quadro puramente artístico (para utilizar os termos de Bourdieu 1984). A dimensão colectiva do trabalho artístico é aí acentuada e valorizada, do lado das «raízes» do músico como da rede dos seus profissionais.

## O mundo profissional como fonte da criação

O mundo social é também o mundo profissional: a indústria musical aparece, pois, claramente como uma fonte de inspiração para a criação. Em geral, os artistas reagem aos discos dos outros, o trabalho criativo vai sendo concebido como comentário de um material musical colectivo. Como reacção às manipulações informatizadas do *sampling* e do *remix*, as referências ao mundo da música são portanto frequentes nos textos dos *rappers*, seja para prestar homenagem a glórias passadas, seja para se demarcar do resto da produção musical (pela *via* das citações textuais ou instrumentais, eventualmente paródicas). Os textos que falam de música e dos seus praticantes, indicando as vias a seguir, criticando as lacunas de alguns, alertando contra esta ou aquela tentação, são legião. Os piscares de olhos sonoros são também frequentes, como acontece com os elec-

trônicos, que consagram nas suas obras sons ou linhas melódicas que lembram o estilo deste ou daquele. Ser um *rapper* ou um electrónico é, por isso, em grande medida, reflectir sobre os seus pares, produzir uma crítica do seu trabalho, participar no debate permanente sobre a qualidade do trabalho e das obras, sobre o que é o «verdadeiro» *rap*, a «verdadeira» *techno*, o «autêntico» *hardcore*, etc.

Além das propostas concorrentes ou próximas, é também o mundo do trabalho musical como um todo que é uma fonte de reflexão e de inspiração nas músicas *rap* e electrónicas. Não há de facto nenhuma razão para que o princípio da espontaneidade autobiográfica não se aplique à organização no mundo do disco, no qual evoluem ou aspiram a evoluir os músicos.

Uma das originalidades espectaculares das estéticas musicais *rap* e electrónicas baseia-se na adopção, até de palavras aparentemente contraditórias, de uma postura realista que consiste em restituir uma imagem sonora «violenta» aos processos de fabricação da música. Essas músicas sugerem que «se estão a fazer», através de tiques espontâneos dos MC ou obstáculos e outros acidentes que asseguram a renovação rítmica ou melódica das obras electrónicas. Para amadores esclarecidos, esta transparência explica que nas músicas electrónicas, «ouve(m)-se as costuras» (Gallet 2002: 104). A exibição das intenções musicais do *rapper* e o comentário ao vivo da sua relação com a música, com os seus ouvintes e com os os músicos que o acompanham revelam a mesma vontade de expor o processo de elaboração. Neste sentido, pode evocar-se uma frase de Kool Keith: «Eu vou fazer uma pausa como James Brown (o cantor de *funk*) para a ponte», canta o *rapper*. Sem ler aqui necessariamente, como alguns especialistas, um «fenómeno de *dégravitation-transchronisation* do *hip-hop*» (Eschun 1998: 39), podemos pelo menos ver aqui um jogo de palavras sobre o que se está a passar na música (a «pausa» é uma pausa, mas é também um momento da canção, enquanto a «ponte» é um ponto que também é musical, indicando uma mudança de tema ou de tom da música – Gallet 2002: 108 -109), e mesmo um jogo de palavras sobre o que se está a passar no meio do *rap* nova-iorquino ao qual pertence o cantor (é provável que neste trocadilho possa ver-se uma referência à celebre batalha musical a que se têm entregue, de ambos os lados da ponte de Brooklyn, dois famosos MC nova-iorquinos, KRS One e MC Shan).

Além disso, pode dizer-se que um dos truques favoritos do MC consiste em fazer da sua carreira, da vontade que a anima e das decisões que a orientam, material de criação. É isso que explica por exemplo que expressar o seu forte desejo de sucessos comerciais possa ser considerado

como uma prova última de sinceridade, de honestidade, e forneça mais um tema de criação interessante de um artista. A originalidade pode então ser construída a partir de declarações sobre a relação mantida pelo músico com o mundo dos profissionais do disco (e, através deles, com o público). E é até a alteração total da situação (*par rapport* às denegações, que estão na base da *illusio* dos campos artísticos, a que os sociólogos estão mais habituados) realizada por indivíduos que garantem a qualidade das suas propostas artísticas com explicações que se apoiam na sua saúde financeira: é o caso de artistas consagrados que declaram estar ao abrigo de uma investigação que é sempre complicada ao seu dinheiro, e mesmo de um recém-chegado que se apresentou à imprensa especializada como um *rapper* credível pois já é milionário. De uma maneira geral, os textos descrevem as dimensões económicas, jurídicas e organizacionais da vida de músico, através de histórias biográficas ligando os projectos musicais a ambições individuais ou colectivas.

Se a crítica dos pares alimenta os textos das obras e apoia as justificações das escolhas nos discursos, são também as relações com os empregadores que geram um ou outro tema artístico particular: a «raiva», o cinismo irónico, etc., que guiam por vezes os músicos podem ser assim directamente provocados pelos constrangimentos de uma carreira artística que não é parca em dificuldades (Jouvenet 2007). O mundo do disco oferece, além disso, um quadro resumido dos (des)equilíbrios sociais que os músicos desejam, senão corrigir, pelo menos denunciar, com as suas contribuições. É portanto pouco surpreendente que a sua crítica dos abusos de poder económico e mediático vise particularmente as relações de dependência assimétrica que ligam as *labels* especializadas às multinacionais que controlam o acesso ao mercado de massa (os *majors* do disco). Tudo se passa como se o *engagement* profissional do artista não pudesse deixar de ser acompanhado por uma reflexão sobre as formas dominantes do trabalho da música e o lugar que elas deixaram ao músico (foi igualmente o caso dos *punks* do final dos anos 1970, cf. Frith 1983:158-163).

Os contactos com os profissionais do disco e os *media* fazem pois inevitavelmente parte das experiências que alimentam os processos criativos de *rappers* e dos electrónicos. Estes contactos têm desde sempre parecido ser elementos motores das suas culturas musicais, imediatamente projectadas na permeabilidade entre os planos artísticos e organizacionais dos projectos. E para continuar a explorar a maneira como estas culturas prontamente misturam experiências musicais e experiências profissionais, é necessário ver que elas não induzem apenas a pensar e a agir *como um*

*artista*. Com efeito, a importância que estas culturas concedem à busca de independência leva os músicos a assumirem eles mesmos o trabalho de divulgação das obras, aumentando as suas responsabilidades. As maneiras de fazer e de pensar a acção artística que caracterizam estas culturas estão realmente associadas a modelos organizacionais fortes, e compõem uma ética do artista subversivo.

O entrelaçamento das lógicas artísticas e económicas também se observa através do fascínio dos artistas pela empresa mediática: a definição dos projectos artísticos efectua-se muitas vezes nos termos e sob formas publicitárias (cf. os logótipos e os *slogans* dos grupos consagrados ou dos *débutants*).

## O músico empreendedor

Como os artistas se interessam fortemente pelos efeitos – culturais – do controlo de certos actores sociais sobre os meios de produção ou canais de comunicação, as posturas resistentes dos mesmos desdobram-se muitas vezes num compromisso «empresarial». A possibilidade de ter o seu próprio estúdio, e até mesmo a sua própria marca, em particular, abre novas perspectivas socioprofissionais. O estúdio «doméstico» é com efeito também uma plataforma a partir da qual se torna possível fazer convergir e capitalizar diversos recursos profissionais (dinheiro, competências), para benefício dos artistas e dos seus próximos. À sua vontade de mudar os materiais sonoros e os canais de divulgação, de produzir um sentido alternativo, junta-se assim o desejo de aprender no contacto com os mais poderosos actores do sector (isto é, os *majors*), de os «infiltrar», como dizem os *rappers*.

A extensão da esfera de responsabilidade do artista não é, pois, apenas um efeito do interesse dos *majors* para deixar a animação do sector da inovação artística às marcas «independentes». As normas culturais associadas às músicas *rap* e electrónicas fazem na verdade da empresa de produção musical um espaço de investimento que excede em muito o encontro com as máquinas de som, o manuseamento do microfone ou da caneta, e é da responsabilidade do *rapper* e do electrónico reflectir ao mesmo tempo – e de uma forma coerente – sobre as suas propostas musicais e as formas do seu investimento comercial. É da sua responsabilidade de artista desdobrar o trabalho sobre a obra num trabalho de acompanhamento das obras nas suas redes profissionais. Este acompanhamento justifica-se por razões económicas individuais (é preciso assegurar-se de que a distri-

buição de benefícios financeiros das vendas não se faz às custas do criador) e colectivas (trata-se de desviar os recursos profissionais para grupos que estão tradicionalmente mais desprotegidos). Este acompanhamento também se justifica por razões estéticas próprias das culturas musicais actuais: a projecção do músico fora do seu «laboratório» permite-lhe, a montante do processo criativo, alimentar o seu projecto artístico pelo contacto com a sociedade, e, a jusante, garantir pela sua presença a fidelidade da divulgação das obras com as intenções do criador. E, para fechar este círculo, é preciso lembrar que essa projecção nas redes profissionais constitui em si mesma matéria de primeira escolha para a criação.

A identidade profissional do *rapper* ou do electrónico, tal como tive a oportunidade de estudar na minha investigação anterior (Jouvenet 2006), constrói-se hoje sobre uma tensão entre as dimensões artística e de gestão. As actividades de gestão não são mais entendidas como actividades que parasitam a expressividade ou o estilo mas como actividades que permitem às obras agir de forma mais eficaz no mundo social, e portanto permitem desempenhar um papel de acordo com as representações dominantes sobre o que deve ser o artista veiculadas pelas culturas *rap* e electrónicas. Podemos dizer portanto que a tensão entre a arte e o *management* (ou o lado comercial) é aceite por estas culturas musicais; ela não é problemática enquanto tal para a maioria dos *rappers* e dos electrónicos (seria mais, por exemplo, para os *jazzmen* descritos in Becker 1985 [1963]: 103-144). Esta tensão coloca problemas (por exemplo, fazer existir um tipo de obra numa dada rede de divulgação), mas estes são claramente entendidos como estimulantes, enriquecedores para os artistas.

## **A influência das culturas musicais no universo profissional**

Para terminar esta análise da permeabilidade entre experiências musicais e experiências profissionais, entre *rappers* e electrónicos, resta ainda invocar como é que, num processo de «ida e volta», as suas culturas musicais moldam o meio profissional através das práticas, os valores e os modelos de acção que elas privilegiam. Estas culturas têm com efeito propriedades simbólicas e atributos materiais que desempenham – e continuam a desempenhar – um papel importante na definição dos equilíbrios socioeconómicos constitutivos da indústria discográfica nos dias de hoje.

Em primeiro lugar, pode-se por exemplo mostrar como é que o valor dado à espontaneidade e ao momento imediato é uma variável que tem

efeitos estruturais no mercado de trabalho dos músicos. A rejeição dos sinais exteriores de profissionalismo alia a competição pelo sucesso musical a uma corrida que vai desfavorecendo simbolicamente os projectos artísticos à medida que se vai fazendo o sucesso dos seus autores. Como resultado, o espaço profissional está constantemente aberto aos *débutants*, às «novas cabeças» (como se diz nas editoras), que podem pelo menos tirar partido de uma certa «frescura», anti-rotineira. A sustentabilidade das situações profissionais é cada vez mais difícil, e a diferenciação intergeracional mais clara. Em segundo lugar, pode lembrar-se também porque é que a banalização da *informatique musicale* e o desenvolvimento de uma cultura de *home studio* têm algo a ver com as recentes reconfigurações da indústria musical, a partir da divisão pequenas *labels* multinacionais. O alargamento do acesso aos meios de produção musical levou com efeito a uma multiplicação dos pólos de produção com os quais as grandes editoras tiveram de lidar (não sem da retirar algum lucro). O universo das pequenas casas de produção e de edição constitui de facto não apenas o *atelier* de onde emergem propostas artísticas inovadoras, mas igualmente um lugar de experimentação de técnicas comerciais e um reservatório de modelos promocionais alternativos (o *street marketing* é disso um bom exemplo).

## **Conclusão: o trabalho das ligações entre as experiências musicais e as experiências profissionais**

A investigação mostra que entre as formas características dos géneros musicais sobre os quais escrevi antes figuram não só os gestos e as posturas típicas de criação, mas também um tipo de discurso sobre o mercado do disco, o seu funcionamento e os seus actores. As culturas musicais que lhes são inerentes veiculam uma teoria normativa do exercício do *métier* de músico, e, para ser (visto como) um bom *rapper*, um bom músico electrónico, o artista deve pensar a relação entre a sua música e o mundo social, deve trabalhar a ligação entre as suas experiências musicais e as suas experiências profissionais. A importância das actividades empresariais e comerciais no processo de definição de identidades artísticas mostra que, de qualquer maneira, não há necessidade de procurar um «santuário» de obras e de artistas autênticos, livres de qualquer ligação com o mundo comercial. A vida profissional é pelo contrário considerada como uma fonte de enriquecimento dos projectos artísticos.

Para terminar, deve-se notar que esta inscrição nas obras da ligação entre o trabalho e o contexto profissional não é uma inovação dos *rappers* e dos electrónicos, longe disso. As páginas que R. Chartier consagrou recentemente a Cervantes e a Ben Jonson testemunham-no. O espanhol compila em *Don Quixote* algumas reflexões sobre as dificuldades ligadas ao exercício do *métier* de um escritor na Espanha do início do século XVII, enquanto o inglês faz das revoltas identitárias colectivas dos escritores (ligadas ao sucesso dos jornais) o tema de uma de suas peças satíricas (Chartier 2005). Para não mencionar todos aqueles que transformaram as suas situações profissionais, usando metáforas evidentes, nos seus romances, nas suas peças de teatro – Goldoni é um bom exemplo. Dito isto, parece-me que esta porosidade da estética e do profissional está mais profunda e mais sistematicamente inscrita nas maneiras de fazer e de pensar, nas rotinas colectivas e nas agendas colectivas dos músicos sobre os quais aqui me debrucei.

## Referências bibliográficas

- Becker, H. 1985 [1963]. *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*. Paris: Métailié.
- Boltanski, L., e È. Chiapello. 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Bourdieu, P. 1984. *Mais qui a créé les créateurs ? Questions de sociologie*. Paris: Les Éditions de Minuit:207-221.
- Bourdieu, P. 1992. *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. Paris: Éditions du Seuil.
- Casolari, F. 1999. «Constructions stéréotypiques dans le rap marseillais». In *Paroles et musiques à Marseille. Les voix d'une ville*, eds. M. Gasquet-Cyrus, G. Kosmicki e C. Van Den Avenue. Paris: L'Harmattan: 73-91.
- Chartier, R. 2005. *Inscrire et effacer. Culture écrite et littérature (XI<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)*. Paris: Gallimard/Seuil.
- Eschun, K. 1998. *More brilliant than the sun: adventures in sonic fiction*. Londres: Quartet Books.
- Frith, S. 1983. *Youth, leisure and the politics of rock'n roll*. Nova Iorque: Constable.
- Gallet, B. 2002. *Le boucher du prince Wen-Houei. Enquêtes sur les musiques électroniques*. Paris: Musica Falsa.
- Jouvenet, M. 2004. «À l'écoute des musiques électroniques». *Cités*, XX (19): 81-92.
- Jouvenet, M. 2006. *Rap, techno, electro... Le musicien entre travail artistique et critique sociale*. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Jouvenet, M. 2007. «La carrière des artistes et les transformations de la production musicale. Relations de travail et relation au travail dans le monde des musiques rap et électroniques». *Sociologie du Travail*, 49 (2): 145-161.



Pedro Costa  
Bruno Vasconcelos  
Gustavo Sugahara

## Capítulo 6

# O meio urbano e a génese da criatividade nas actividades culturais\*

## Introdução

O interesse crescente pelo papel das actividades culturais no desenvolvimento territorial e pelas dinâmicas associadas à noção de «cidades criativas» tem trazido para o centro da agenda académica e política, um pouco por todo o mundo, a relação entre o espaço urbano e o desenvolvimento de dinâmicas económicas e sociais sustentáveis, assentes em actividades criativas e culturais (ver, por exemplo, Scott 2000; Florida 2002; Landry 2000; Ebert *et al.* 1994; Bianchini e Landry 1994; ERICArts 2002; Costa 2003; Camagni *et al.* 2004; ou, no campo das principais instituições internacionais KEA/CE 2006; OCDE 2005).

No entanto, não só é vasta a multiplicidade de abordagens e conceitos em torno destes aspectos, como as complexas raízes desta relação ainda estão insuficientemente exploradas. Importa portanto aprofundar a reflexão conceptual e empírica em torno desta relação, seja no campo genérico de todas as actividades e processos criativos, seja especificamente naqueles que se ligam directamente a bens e serviços culturais.

Este capítulo pretende contribuir para perceber de que forma o espaço urbano (ou um conjunto de algumas das suas características) é determinante para o desenvolvimento de lógicas criativas sustentáveis nas actividades culturais.

---

\* Uma versão preliminar deste capítulo foi previamente apresentada no 13.º Congresso da APDR «Recriar e valorizar o território», Açores, 5-7 de Julho de 2007, constando das actas deste encontro. Os autores agradecem a Paulo Pires a colaboração na discussão conceptual sobre criatividade realizada na secção «A criatividade nas actividades culturais: questões conceptuais».

Após uma breve contextualização do crescente interesse por esta questão, é discutida numa primeira parte a noção de criatividade, identificando as questões centrais que se colocam à sua análise no campo específico das actividades culturais. Num segundo ponto, é analisado o papel do espaço urbano no desenvolvimento de dinâmicas criativas que permitam e propiciem o desenvolvimento da produção e do consumo das actividades culturais. Embora a análise destas actividades neste contexto esteja ultimamente muito ligada à actuação pública no campo da regeneração e revitalização urbana, importa questionar e sistematizar, de forma mais genérica, alguns dos princípios que estruturam a importância do espaço urbano (ou de alguns espaços com características particulares dentro do espaço urbano) para o desenvolvimento de dinâmicas criativas e para o desenvolvimento sustentável destas actividades. Neste quadro é sistematizado um conjunto de factores que poderão ser convocados para explicar esta íntima relação entre certas características do espaço urbano e o desenvolvimento de lógicas criativas nestas actividades, passando por aspectos como a existência de massas críticas, a aglomeração, as externalidades, o ambiente vivido pelos agentes, as características das práticas sociais, a imagem e as representações da cidade, a proximidade aos circuitos de mediação, a inserção em redes internas e externas, ou as estruturas de governança, entre outros. Finalmente, são retiradas algumas notas conclusivas, na perspectiva de auxiliar uma actuação política que possa fomentar a existência de dinâmicas territoriais sustentáveis que possibilitem a promoção do desenvolvimento a partir destas actividades.

Antes de entrarmos especificamente na discussão destes pontos, importa ainda esclarecer duas questões prévias, de âmbito introdutório.

Um primeiro ponto, que não queríamos deixar de mencionar, associa-se ao carácter essencialmente conceptual deste capítulo. Com efeito, este texto assume uma perspectiva teórica e conceptual, associada a uma análise interdisciplinar que tem vindo a ser desenvolvida pelos autores sobre este tema. No entanto, ele deverá ser entendido no âmbito de um trabalho mais amplo, com uma componente empírica que lhe está intimamente associada, e que tem vindo a ser igualmente desenvolvida pelos autores em diversos projectos de investigação (uns com carácter mais analítico, outros mais orientados para a formulação de políticas públicas), e que tem permitido o confronto com a realidade e portanto o consequente robustecimento do aparelho teórico e conceptual aqui explorado.

Um segundo ponto associa-se à explicitação do conceito de actividades culturais ou criativas utilizado. Com efeito, como adiante se verá, e

como já tivemos oportunidade de explorar noutras ocasiões (cf. Costa *et al.* 2006), os conceitos de «cidade criativa» e de «actividades» ou «indústrias criativas» (bem como os de «actividades» ou «indústrias culturais» que lhe estão associados) não estão livres de uma forte ambiguidade, a qual é fruto das suas múltiplas origens (teóricas e disciplinares) e da sua usual dúbia aplicação e implementação prática em termos do *policy-making*. Múltiplas abordagens se têm desenvolvido sobre este tema e múltiplos conceitos e entendimentos têm sido defendidos na prática nos últimos anos, que complexificam uma análise amplamente partilhada sobre este assunto. Importa portanto explicitar bem qual a nossa perspectiva e o nosso ponto de partida para a análise desta questão.

Com efeito, como referimos, tem-se verificado nos últimos anos no campo da análise territorial e urbana, por um lado um crescente interesse pela questão da criatividade (a qual tem sido entendida de forma muito diversificada: da ideia das «cidades criativas», ao papel das «actividades criativas ou indústrias criativas», à importância das «classes criativas», à assunção de instrumentos de política urbana «criativos»...), e por outro lado um crescente interesse pela análise das dinâmicas territoriais assentes nas actividades culturais (actividades essas com fronteiras tradicionalmente difusas e incertas, particularmente nos contextos actuais de convergência tecnológica e de diluição das lógicas tradicionais de intervenção pública no sector).

Inspirado em qualquer das vertentes da crescente atenção por este tema, o nosso interesse específico neste capítulo restringe-se, no entanto, só a uma parcela destas actividades «culturais» e/ou «criativas», especificamente aquela que consiste no cruzamento destes dois universos de «cultural» e de «criativo».

Com efeito, existem muitas actividades e processos criativos, que em nada se relacionam com o universo das actividades «culturais»<sup>1</sup> (por exemplo, a produção de *software*, a investigação científica...); por outro lado, muitas das actividades e processos no âmbito das actividades e «indústrias» usualmente encaradas com «culturais» têm igualmente muito pouco de «criativo» (pense-se na maior parte dos empregos no sector da impressão e edição, associados aos *clusters* do livro ou da música, por exemplo). O nosso interesse para os efeitos da análise efectuada neste texto situa-se exactamente nas actividades que são simultaneamente «cul-

---

<sup>1</sup> Obviamente entendidas aqui na sua versão mais estrita e usual de «bens e serviços culturais», isto é, de actividades culturais e não de «cultura» no sentido amplo, mais «antropológico» do termo, mais associado a identidades ou padrões de valores.

turais» e «criativas», isto é, actividades que envolvam a criatividade na produção de bens culturais, por exemplo, na criação, nas diversas formas e processos de produção de bens e serviços culturais (actividades como escrever, pintar, actuar ao vivo, desenhar, etc.), e tudo o que lhes está associado.

Com efeito, apesar do grande debate em torno do conceito de cultura, podemos estabilizar uma definição de «actividades culturais» em torno do cumprimento cumulativo dos três aspectos seguintes, na linha da já clássica definição de Throsby: (i) envolverem alguma forma de criatividade na sua produção; (ii) gerarem e comunicarem significado ou valor simbólico; e (iii) o seu resultado/produto consubstanciar alguma forma de propriedade intelectual (Throsby 2001).

No campo da análise destes bens, a noção de criatividade é frequentemente aplicada a diferentes produtos e processos no âmbito das indústrias «criativas», configurando diversos tipos de criatividade empresarial, profissional ou artística. No entanto, na visão mais específica que partilhámos, criatividade associa-se apenas à criação de obras culturais (ou conteúdos culturais em bens e serviços de diversos tipos) (Handke 2004).

Neste quadro, podemos dizer que, no campo das artes e da cultura,<sup>2</sup> a criatividade está essencialmente ligada ao processo de criação artística, isto é, a uma parte específica da (1.ª fase da) sua cadeia de valor, associada à criação do «conteúdo artístico» propriamente dito, caracterizado por um elevado nível de atributos estéticos e simbólicos, posteriormente incorporado e distribuído num determinado bem ou serviço cultural (Costa 2003).

## **A criatividade nas actividades culturais: questões conceptuais**

Tendo em conta as concepções prévias assumidas no ponto anterior, importa então aprofundar a discussão acerca da criatividade e dos processos criativos nas actividades culturais.

A discussão em torno da noção de criatividade tem sido ao longo dos tempos motivo de amplo debate nas mais diversas disciplinas e perspectivas teóricas, multiplicando-se, na sua complexidade, do domínio das

---

<sup>2</sup> Embora necessariamente com algumas excepções – ver o caso de muita da arte contemporânea e na aposta em criar e inovar, descontextualizando os processos de distribuição e consumo, por exemplo, no campos das artes visuais ou performativas.

artes, até à sua fundamental importância no campo da inovação tecnológica. Este é um tema que, de uma forma ou de outra, foi assumindo uma pertinência inquestionável em diversos momentos da história, ora visto como um factor intrinsecamente relacionado com a religiosidade e com o divino, ora representado como a materialização da presença da realidade social no criador, que não deixa de ser um indivíduo exposto às características políticas, sociais e económicas da sua sociedade e da sua época.

Recentemente, esta discussão acentuou-se de forma progressiva no campo da análise territorial, com a emergência da consciência do papel da criatividade no desenvolvimento urbano e com a consequente preocupação no desenho de estratégias de promoção da cidade direccionadas para o estímulo e a atracção da criatividade. Contributos de obras de autores como C. Landry (2000) ou R. Florida (2002), e o desenvolvimento de conceitos como os de *Cidades Criativas*, *Actividades e Indústrias Criativas* ou *Classes Criativas*, são apenas alguns dos exemplos que têm vindo a ser progressivamente discutidos pela academia e vindo a marcar uma presença cada vez mais forte no discurso e na prática política da actualidade (Costa *et al.* 2006).

Neste quadro, será fundamental a preocupação em balizar a noção de criatividade, a qual se associa ao desafio inicialmente por nós proposto com este texto, na medida em que o ambiente urbano, na sua plenitude, pode assumir uma função de alavanca na geração de dinâmicas criativas que são por natureza indissociáveis das características do espaço territorial. Por isso, e dadas as divergências que poderão ocorrer com um conceito tão complexo, importa discutir de que falamos ao referir criatividade ou que especificidades poderá ter a noção de criatividade no campo cultural e artístico.

Sendo os diversos conceitos acima referidos bastante ambíguos, ou sendo, pelo menos, frequentemente assumidos e interpretados de forma muito flexível e pouco clara, importa eventualmente começarmos por discutir a própria noção de criatividade, e a forma como tem sido apropriada por toda esta nova retórica acerca das cidades criativas e do papel das actividades criativas no desenvolvimento local e urbano. Um ponto de partida interessante será o recurso a um simples dicionário e às definições correntes associadas a esta expressão. Destacamos as duas seguintes:

«Creativity: [...] mental process involving the generation of new ideas or concepts, or new associations between existing ideas or concepts.» (<http://en.wikipedia.org/wiki/Creativity>.)

«Creative: (adj.) Having the skill and ability to produce something new, specially a work of art.» (Oxford Advanced Learners Dictionary, Oxford University Press, 6th Edition 2000, Oxford.)

Ambas nos remetem para aspectos relativamente diversos, mas no essencial associados à ideia de novidade (de ideias ou conceitos), eventualmente particularizáveis para o campo artístico.

O trabalho de pesquisa conceptual que temos vindo a realizar tem-nos no entanto permitido perceber a variedade de perspectivas sobre a noção de criatividade e as múltiplas de formas de operacionalizar e instituir este conceito. Muitas vezes, as múltiplas análises e os desenvolvimentos teóricos sobre a criatividade são ainda acompanhados por noções paralelas como as de *conhecimento* ou de *inovação*, que importa compreender e articular com a primeira. Exploramos de seguida algumas destas abordagens, que consideramos particularmente pertinentes para os objectivos directos deste nosso trabalho.

Uma primeira perspectiva conceptual que nos permite organizar as ideias sobre a criatividade (curiosamente oriunda de autores do campo da inovação e dos sistemas regionais de inovação, e não especificamente centrada nesta problemática) é-nos apresentada por B. Asheim *et al.* (2006), partindo da ideia de sociedade baseada no conhecimento e da importância das redes de produção e difusão de conhecimento. Com efeito, o conhecimento e a criação de conhecimento têm um papel preponderante nas sociedades contemporâneas, e essa importância manifesta-se em todas as dimensões da vida social e económica (das funções mais tradicionais às de alta tecnologia). Para facilitar a sua análise, Asheim *et al.* (2006) sugerem uma tipologia, classificando três tipos de conhecimento diversos (e de redes associadas à sua distribuição): o conhecimento *analítico* – predominantemente associado ao campo científico, que se refere ao saber produzido para perceber e explicar o mundo natural; o conhecimento  *sintético* – usualmente relacionado com a engenharia, ligado à concepção de soluções práticas para obstáculos que o ser humano encontra; e, por fim, o conhecimento  *simbólico* – associado à criação de significado cultural através de uma transmissão que recorre a meios mais sensoriais e afectivos, classe de compreensão onde enquadrámos claramente uma parte fundamental da produção de conhecimento que é o foco deste trabalho – o conhecimento associado à produção e ao consumo culturais.

As actividades com base em conhecimento simbólico estão menos relacionadas com a concepção material de um determinado bem e mais com a sua concepção simbólica e estética, utilizando uma linguagem mais complexa, e, por isso, menos imediata (ou mais diferenciada), recorrendo-se à criatividade como forma de embutir mais valor nos produtos. O conhecimento gerado nestas actividades é transmitido através de imagens,

símbolos, sons e narrativas, e a ele estão intimamente associados valores culturais de grupos sociais específicos. Importa portanto analisar estas actividades, e a criatividade que nelas se desenvolve, tendo em conta esta interacção social, e, particularmente, o papel dos mecanismos de mediação (e das convenções) que permitem a sua (des)codificação, a sua legitimação e o reconhecimento do seu valor cultural e criativo.

Esta concepção será extremamente importante, mesmo tendo em conta algumas das mais antigas e profundas ideias e debates que atravessam a análise das actividades culturais, e que muitas vezes as associam claramente ao indivíduo, mesmo, particularmente a aspectos racionalmente «inexplicáveis». Algumas das perspectivas mais difundidas em torno da ideia de criatividade prendem-se efectivamente com a associação de criatividade à ideia de inspiração, a algo de misterioso ou de sobre-humano (a ideia da origem divina da criatividade, partilhada por Platão, ainda hoje é comumente referida...), a estados de humor particulares (como o romântico ou o depressivo) ou à ideia de talento inato (algo de intuitivo, decorrente da inspiração), por exemplo.

Será portanto outra característica essencial destas actividades o facto de os agentes criativos terem capacidades criativas, imaginativas e interpretativas que dependem eventualmente mais de capacidades pessoais do que de qualificações adquiridas através de formação institucional (escola, universidade, etc...). Ruth Towse (2004), na sua discussão sobre a criatividade e a dicotomia *nature/nurture* (o tradicional debate entre criatividade como algo de «natural» – algo divino, um talento natural – ou algo de «incubado» – algo que implique a dotação de competências, um processo de aprendizagem, a existência de uma habilidade que se possa construir), enfatiza a ideia do carácter distintivo das capacidades inatas dos indivíduos no processo criativo (no campo artístico) em relação a outras actividades. Nesta perspectiva, apesar de importante, o recurso à formação funciona mais como forma de potenciar as capacidades adquiridas ou mesmo como modo de facilitar a entrada numa rede de contactos, através da assimilação dos indivíduos criativos pela instituição, dando-lhes acesso privilegiado aos profissionais do ramo. A experiência da interacção social tem portanto uma grande importância no enriquecimento criativo dos indivíduos e na sua capacidade de gerar produtos mais imaginativos e inovativos (e por isso com mais valor) do que propriamente a proporcionada por uma educação formal.

Esta ideia associa-se ainda a uma outra discussão paralela, em que podemos equacionar a criatividade, na linha da discussão efectuada por autores como Bruno Frey ou outros, como sendo essencialmente resultante

de motivações intrínsecas ou extrínsecas (ou seja, o debate acerca de se podemos ou não, através de políticas de incentivos, induzir a criatividade) (cf. Towse 2004).

Independentemente de todas estas questões, a importância dada à noção de criatividade recebeu nos últimos anos, como já foi dito, um particular destaque com o crescimento da discussão em torno da gestão da cidade e da promoção da competitividade urbana com base nas suas capacidades criativas (na sequência dos contributos de autores como Landry, Bianchini, Ebert, Kunzmann, Florida, ou outros – cf. Costa *et al.* 2006, sobre isto). Num dos trabalhos paradigmáticos sobre este tema, protagonizado por Landry (2000), a criatividade assume um papel fulcral como elemento capaz de dinamizar o tecido urbano nas suas diversas dimensões: «*creativity seemed like a process of discovering and then enabling potential to unfold*» (Landry 2000). A noção de criatividade é assumida aqui como a capacidade de formular soluções imaginativas, recorrendo a qualidades como inteligência, carácter inventivo e reformulação. Neste contexto, Landry considera uma solução criativa como algo que está intrinsecamente dependente do contexto e do momento em que é desenvolvido. A criatividade é, por isso, condicionada pelo tempo: o que agora é uma solução criativa, no futuro poderá ser certamente desadequado. No contexto do planeamento e da gestão da cidade, a noção de criatividade ganha relevo na capacidade dos indivíduos para formular soluções criativas para questões urbanas de forma contínua, através de constante revisão, actualização e readaptação.

No entanto, o carácter subjectivo, quase etéreo, de uma característica que é exclusiva do ser humano, faz da noção de criatividade um terreno escorregadio, não só na sua definição, como também na sua avaliação, medição ou valorização. Numa reflexão acerca deste conceito, facilmente embatemos em questões como: o que leva a que uma obra artística (por exemplo), seja mais ou menos criativa? Quais os critérios utilizados para valorizar (em termos de valor artístico ou cultural) mais ou menos uma criação?

Num trabalho de referência (oriundo da área da psicologia, mas com impactos significativos nas áreas da criatividade computacional e inteligência artificial), Boden (1990) inicia o seu livro *The Creative Mind* igualmente com essa questão simples: «O que é a criatividade?» Apesar de esta ser uma obra que facilmente gera controvérsia por adoptar uma visão determinista sobre o modo de funcionamento do cérebro do ser humano, Boden deixa um contributo interessante na definição de criatividade bem como de elementos que permitam atribuir valor a uma criação. Criatividade é a habi-

lidade de gerar ideias ou artefactos que representam novidade, surpresa, valor, isto é, de uma forma mais ampla, ser criativo não é algo confinado a uma elite e, à semelhança do que é dito, por exemplo, também por Landry, a criatividade é aplicada no dia-a-dia nas mais diversas situações: «*every one of us is creative, to a degree*» (Landry 2000). O foco da discussão de Boden prende-se precisamente ao argumento de que a criatividade pode ser avaliada com base em três factores de medição distintos: a sua novidade, a surpresa que gera e o reconhecimento do seu valor.

Uma ideia pode ser criativa e pode representar uma novidade. Apesar de óbvio, para uma noção de criatividade mais abrangente, a questão da novidade deve ser tratada de uma forma mais atenta. No seu argumento, Boden refere o facto de o carácter inovador de um acto criativo ter de ser necessariamente avaliado de acordo com o seu contexto e estabelece a distinção entre «Criatividade Psicológica» e «Criatividade Histórica». Associada à primeira, está o facto de um indivíduo poder ter ideias e acções criativas dentro do seu quadro de referências e de influências. Dentro desta categoria podemos assumir o exemplo da criatividade das crianças que apesar de desenvolverem capacidades que num outro contexto (por exemplo artístico ou profissional) não são muito valorizáveis, dentro do seu quadro psicológico podem representar ideias extremamente criativas e inovadoras para aquele indivíduo. Quando falamos de Criatividade Histórica, por seu lado, já falamos de uma ideia criativa que é inovadora no contexto da história da humanidade e será portanto única.

O facto de uma ideia criativa ser surpreendente (ou inovadora) também leva Boden a questionar os tipos de «surpresa» que existem associados à criação: o tipo de surpresa que vai contra toda a estatística, que não é familiar; o tipo de surpresa relacionado com formas de pensar sobre o mesmo objecto; o tipo de surpresa com uma ideia que aparentemente seria impossível de conceber. Com isto, é possível, segundo a mesma autora, estabelecer a distinção entre três tipos de criatividade:

- a) A criatividade não familiar – refere-se ao tipo de criatividade que envolve um processo de combinação de ideias (valores, quadros de referência) improvável, fruto da imaginação do artista;
- b) A criatividade exploratória – refere-se ao tipo de criatividade que explora diversos espaços conceptuais (*structured styles of thought*). Por espaços conceptuais podemos exemplificar como sendo diversas áreas/vertentes/correntes artísticas ou de pensamento criativo. Este tipo de criatividade, em poucas palavras, poderá ser a combinação de espaços conceptuais preexistentes para criar um novo espaço;

- c) A criatividade transformadora – refere-se à reestruturação de mapas mentais, de lógicas cognitivas que por sua vez vão alterar a forma como a criatividade é expressa, materializada. Em termos práticos, e para exemplificar, um artista tem a oportunidade de alterar ou subverter as limitações ao seu estilo artístico.

Particular interesse para nós terão as vertentes da Criatividade Exploratória (ou «e-creativity»), isto é, criatividade como exploração de novos espaços conceptuais, ou a Criatividade Transformacional (ou «t-creativity»), associada à transformação e exploração desses mesmos espaços conceptuais, pois no campo artístico e cultural estas são as vertentes (de «inovação fundamental») mais legitimadas. Combinando isto com o facto de a avaliação e valorização desta criatividade poder ser feita aos dois níveis anteriormente referidos (psicológico, mais individual, e histórico, mais social - «p-creativity» e «h-creativity»), podemos claramente valorizar a importância dos aspectos da mediação, legitimação e construção de convenções como particularmente importante no caso concreto das actividades culturais.

Não perdendo de referência que a noção de criatividade abrange várias actividades criativas, não exclusivas do campo em que aqui focamos a nossa análise (a cultura e as artes), e tendo em conta esta panóplia de noções e aparelhos conceptuais para analisar a complexa questão da criatividade, importa aprofundar ainda dois outros aspectos, que se associam àquilo que são aspectos fundamentais do produto resultante da criatividade (e associá-los à especificidade da criatividade nas actividades culturais): por um lado a sua vertente de novidade e inovação, e por outro o seu valor (e reconhecimento social).

No primeiro caso, o encarar da criação como novidade ou inovação, importa notar que noções como as de *novidade*, inovação e invenção podem facilmente ser encontradas referindo-se a processos deste tipo ou semelhantes. Não sendo nosso objectivo aprofundar aqui esta questão, importa no entanto deixar uma nota que é salientada nos trabalhos de Towse (2001) ou Handke (2004), ou seja, a ideia de que a criatividade é um processo mais próximo das indústrias criativas do que de outros sectores económicos.

Com efeito, como refere Handke (2004), a criatividade e a inovação são conceitos intimamente relacionados na literatura sobre indústrias criativas: a inovação e a invenção são usadas para indicar a criação de novidade. Neste quadro, a criatividade pode ser (e tem usualmente sido) vista para o campo das indústrias culturais ou criativas como a inovação

o é noutros sectores da economia (Towse 2001). Assim, a criatividade pode ser inovadora, nas suas diversas formas: uma criação pode representar tanto um corte fundamental como uma pequena melhoria contextual, no campo artístico. No entanto a criatividade associa-se apenas a parte da inovação que pode ser registada no campo artístico e cultural (pense-se em toda a inovação, incremental ou fundamental, nestes sectores que pode ser associada a inovações tecnológicas, de produto, de processo ou organizacionais, mas não directamente associadas à criação artística e aos conteúdos culturais (por exemplo, nos suportes, nos equipamentos, nas condições de provisão ao públicos, nos materiais, etc.).

Não obstante, ainda que concordemos que se trata de ideias diferentes, parece-nos que não será de todo lógico desligar as noções de criatividade, novidade e inovação mesmo no campo artístico. Baseando este argumento na abordagem de Boden, podemos arriscar e dizer que pode haver criatividade sem grande inovação ou novidade, colocando este tipo de criação na que Boden refere como sendo a criatividade psicológica, enquanto (e será mais pertinente para o nosso tema) a que apresenta um conteúdo inovador e/ou novidade, pode ser colocada na criatividade histórica.

Por outras palavras, a criatividade pode consubstanciar «pura» novidade, isto é, uma inovação «fundamental», num raciocínio paralelo com a consagrada distinção entre inovação fundamental/incremental (no campo dos estudos e da economia da inovação), podendo chegar a ser uma «criatividade histórica» – «h-creativity» – assumidamente «surpreendente», na acepção de M. Boden.

No entanto, aqui reside uma distinção fundamental entre a criação de novidade nas indústrias culturais e noutras actividades e sectores: a criação de novidade, nos sectores culturais e artísticos (e especificamente nos conteúdos culturais e artísticos) é algo que se associa claramente a atributos artísticos, estéticos e simbólicos, os quais implicam diferentes grelhas e capacidades de legitimação, associadas a diferentes níveis de capital cultural, a capacidades de descodificação muito diferenciadas e a níveis distintos de partilha de convenções socialmente construídas.

Isto remete-nos inevitavelmente para a questão dos mecanismos e instituições legitimadores dos conteúdos artísticos, e em particular para o papel dos mediadores culturais ou *gatekeepers*. A importância destes agentes intermediários prende-se essencialmente a duas dimensões de legitimação: por um lado enquanto legitimadores do que será mais ou menos criativo, mais ou menos inovador, mais ou menos novo (surpreendente); por outro, enquanto elemento legitimado e reconhecido pela sociedade

ou grupo social, representando os valores e os padrões simbólicos vigentes. Em última análise, são eles que reconhecem o valor de uma obra, avaliando a sua pertinência criativa numa perspectiva histórica.

Isto é particularmente relevante assumindo o afunilamento do nosso campo de interesse para as actividades tradicionalmente designadas como sendo culturais (Throsby 2001; O'Connor 1999), e centrando a nossa análise em actividades como a escrita, a música, as artes performativas, as artes visuais, o teatro, etc., em suma, todas as actividades que pressuponham criação e expressão artística e que, mais do que um valor económico, representem um valor simbólico (ou actividades, mais de fronteira, em relação a este núcleo «cultural», mas igualmente no centro das actividades criativas, como, por exemplo, *design*, turismo, edição, etc.). A importância destas actividades para os territórios associa-se às sinergias que podem emergir de um contexto culturalmente dinâmico e da possibilidade de estimular o crescimento de um tecido económico baseado nas actividades criativas.

Por se tratar de uma característica intrínseca ao ser humano, a criatividade não deixa de estar relacionada com a sua experiência de vida (social, artística, etc.) a qual se traduz inevitavelmente no seu quadro de referências e de valores. O ser humano atribui a uma dada condição uma determinada forma de raciocínio, de operacionalização. O mesmo problema pode ter várias soluções de acordo com os valores e do contexto da sociedade em que se vive. A capacidade de expressividade artística representa uma forma bastante complexa de criatividade na medida em que o indivíduo procura desenvolver uma linguagem simbólica, transmissão de símbolos através domínios como a música, a poesia, o teatro, etc. Como já referimos, a questão do reconhecimento do que é mais ou menos criativo passa pelos *gatekeepers* que legitimam o valor simbólico e económico de uma obra destacando o grau de novidade enquadrado na grelha de referências da sociedade, ou do público de um determinado tipo de arte.

É este aspecto da mediação que é igualmente fulcral na segunda questão acima levantada, a da valorização da criatividade e do seu reconhecimento social. A criatividade tem de ser vista sempre no âmbito do seu reconhecimento social e da sua valorização pela sociedade ou pelo indivíduo em particular. Neste quadro, não podemos reter-nos apenas nas lógicas mais tradicionais e clássicas, associadas às teorias dos ingredientes do «génio criativo» (pense-se, por exemplo, no contributo de William Duff – cf. Throsby 2001): a combinação entre (i) a imaginação (encontrar novas associações, entre ideias existentes); (ii) o julgamento (o qual se

lecciona, regula e controla as ideias); e (iii) o gosto (a própria sensibilidade do artista). Tudo isto é importante, mas é essencial também entrar em conta com a esfera do simbólico, e com as noções, centrais nos desenvolvimentos teóricos mais recentes, em múltiplas áreas disciplinares, de que não existe uma definição estandardizada do «génio criativo»; de que a criatividade só poderá ser entendida individualmente; de que a criatividade e a sua valorização ocorrem num contexto social e político específico; ou de que o valor da arte é fortemente definido pelas classes mais poderosas na sociedade, nos diversos campos.

A valorização e o reconhecimento da criatividade são, assim, algo que depende intimamente de um reconhecimento que é marcadamente social, bem como, para além disso, de um auto-reconhecimento por parte do artista/criador (também ele fortemente enraizado social e territorialmente...). Em particular o «hetero-reconhecimento social» constitui algo que é fortemente dependente de um conjunto de convenções, socialmente construídas, e diferenciadamente partilhadas, nos mais variados campos (artístico, mercado, reconhecimento público, auto-satisfação pessoal) – o papel dos mediadores culturais e artísticos (os diversos *gatekeepers*, nestes variados campos) será portanto fundamental.

Na prática, e sistematizando, três ideias-chave se assumem com o fundamentais neste processo:

- O reconhecimento da criatividade depende de convenções: da partilha de significados e de valores comuns (não necessariamente com a maioria da população mas pelo menos com os mundos sociais específicos com quem é feita esta partilha e no seio dos quais este reconhecimento e esta valorização se dão);
- Em consequência, a importância fundamental dos mundos da arte (os *art worlds*, de Becker 1982), das comunidades associadas a cada mundo da arte, e obviamente, dos seus *gatekeepers*;
- Por fim, a igualmente crucial importância do capital cultural e dos seus processos de acumulação, seja para o reconhecimento e o consumo dos bens culturais, seja para o seu próprio processo de criação e provisão.

Note-se que todos estes factores, socialmente muito diferenciados, apontam para uma forte segmentação do acesso às práticas culturais (criativas ou receptivas), mas igualmente para uma forte segmentação das múltiplas valorizações sociais (e da partilha de convenções) acerca desses bens culturais e do seu valor «criativo». Da mesma forma, todos estes factores

apontam para a necessidade de um forte enquadramento do autor/criador num contexto social, onde os aspectos associados à urbanidade e à aglomeração serão decerto fundamentais. São estes aspectos que importará então analisar e equacionar no ponto seguinte.

## **Aglomeração, meio urbano e dinâmicas criativas nas actividades culturais**

De forma a melhor entender o papel da aglomeração e do ambiente urbano nos processos criativos nas actividades culturais, procuramos neste capítulo explorar as relações entre o meio urbano e o desenvolvimento de dinâmicas criativas que tenham por base as actividades culturais.

É unanimemente reconhecido que se verifica uma forte relação com o espaço urbano, e com o «meio» urbano, em todos os tipos de actividades culturais (cf., por exemplo, Scott 2000; Crane 1992; Becker 1982; Caves 2000; Costa 2003). O papel da aglomeração é aqui fundamental, e ganha importância específica acrescida quando nos centramos no campo concreto da criatividade. Isto será particularmente notório se tomarmos em conta que esta relação das actividades culturais (elas próprias, todas, já fortemente «territorializadas») com o meio urbano, é ainda mais forte se nos focarmos numa fase específica da cadeia de valor destes produtos culturais, a fase da criação,<sup>3</sup> isto é, na criação de um conteúdo cultural (caracterizado pelos seus atributos estéticos e simbólicos e pelo seu carácter criativo) que depois é incorporado num produto cultural (bem ou serviço, com maior ou menor grau de atributos estéticos e semióticos) – ver, a este propósito, Costa 2003.

Esta relação entre espaço urbano e actividades culturais e criativas tem merecido nos últimos anos crescente atenção, como já referimos. Este interesse tem estado, por um lado, muito ligado sobretudo a lógicas e estratégias de regeneração ou de (re)vitalização urbana, ou à ideia de atracção de classes e actividades criativas de forma a promover a competitividade e o desenvolvimento urbano. Mas, por outro lado, também tem estado muito associado ao reconhecimento e à análise de outros tipos de «complexos territorializados de produção» de base cultural, onde avultam casos e experiências de sucesso (por exemplo, meios inovadores ou

---

<sup>3</sup> Tal como acontecerá igualmente no seu consumo, pelo menos a nível de algumas práticas receptivas específicas (cf. Costa 2003).

sistemas produtivos locais como Hollywood ou Silicon Valley), como tem sido bastante documentado na literatura sobre estes assuntos. No entanto, ao longo da história, podemos sempre observar uma clara concentração das actividades culturais nas áreas urbanas e, particularmente, das actividades mais criativas e inovadoras nos principais centros e metrópoles (cf. Hall 1998), mostrando a importância fundamental para o desenvolvimento destas actividades de factores como as economias de aglomeração, outras externalidades ou o valor simbólico associado ao local da sua produção e consumo. O foco da análise desta relação deverá ser então eventualmente posto na questão da aglomeração.

Mas o que poderá explicar isto? Um bom ponto de partida para responder a esta questão serão os contributos clássicos do campo da sociologia urbana, em particular as ideias de Simmel em relação à identificação das principais características estruturantes das práticas sociais em meio urbano (Simmel 1902), isto é, (i) a dimensão, (ii) a densidade, e (iii) a heterogeneidade destas práticas, ou ainda a ideia, posteriormente defendida por Wirth ou outros autores da Escola de Chicago, de urbanismo como modo de vida (Wirth 1938). Em ambos os contributos é central a noção de que a grande quantidade de interacções promovida pela concentração de pessoas em meio urbano, a sua densidade e a sua diversidade, potenciam um grau quantitativo e qualitativo de práticas sociais impossível de acontecer noutros meios, e essencial ao desenvolvimento das sociedades (e particularmente no caso das actividades culturais, e especialmente da criação artística, que aqui nos interessam, isso será evidente...).

De igual forma, aqueles que são as justificações clássicas nos campos da economia ou da geografia (desde os contributos de Marshall, em 1900, às múltiplas concepções teóricas desenvolvidas nas últimas décadas em torno de conceitos como os sistemas produtivos locais, distritos industriais, meios inovadores, *clusters*, ou sistemas regionais de inovação, por exemplo), que valorizam noções como as de economias de aglomeração (potenciando economias de escala e gama conjuntas), de redução de custos de transacção ou da importância das mais diversas externalidades, serão explicações fundamentais a ter em conta para entender esta concentração, tal como contributos mais recentes, que têm vindo a evidenciar outros efeitos associados ao «meio» e ao ambiente urbano (e seus significados simbólicos), bem como aos estilos de vida e à vitalidade (ou, mais do que isso, a dificilmente traduzível *vibrancy*) urbana.

Tendo em conta os debates sobre a criatividade até aqui apresentados e as noções clássicas sobre o «ambiente» urbano que resultam destas diversas contribuições e que destacam (i) a presença de uma população nu-

merosa, (ii) a alta densidade demográfica e, consequentemente, de interações entre os agentes, e (iii) a sua «heterogeneidade», potenciando uma diversidade e multiplicidade de combinações e de novas oportunidades nas práticas sociais, assumimos então que este ambiente possui potencialmente características únicas que impulsionam o desenvolvimento das dinâmicas criativas e eventualmente serão essenciais à sua sustentabilidade.

De forma a analisarmos com maior profundidade esta questão, vamos então nesta secção prosseguir uma discussão mais abrangente desta relação entre aglomeração, espaço urbano, e o desenvolvimento de condições específicas que impulsionem a criatividade em meio urbano. Para este efeito, num primeiro momento, apresentamos uma breve reflexão crítica sobre a perspectiva com que Scott (2006) analisa as origens do desenvolvimento urbano e sua relação com o desenvolvimento das dinâmicas criativas. De seguida discutimos as principais características do meio urbano e sua relação com o desenvolvimento de dinâmicas criativas tendo como preocupação específica a criatividade artística. Por fim, encerramos esta secção com uma reflexão sobre a decisão individual do artista, que em última análise é determinante na sua relação com o espaço urbano. Como protagonista fundamental do processo de produção criativa de base cultural cabe-nos questionar directamente algumas das motivações locativas do mesmo da sua relação com o meio e o ambiente urbano.

Um bom ponto de partida sobre esta questão será, como referimos, o recente artigo de Scott (2006) sobre a retórica das cidades criativas em que o autor, na linha de outras suas obras anteriores, prossegue a análise da relação das actividades culturais com o espaço urbano e da sua forte territorialidade. Para Scott, as origens do desenvolvimento urbano estão intimamente relacionadas com as dinâmicas da produção económica e das relações de trabalho; neste sentido, o autor assume que as cidades criativas são aquelas que melhor se adequam às exigências da «nova economia» (a qual, segundo o mesmo, representa os sectores que lideram o crescimento e a inovação como a alta tecnologia, os negócios financeiros, as indústrias culturais etc.). Neste quadro, as cidades serão naturalmente cada vez mais «complementares» e «concorrentes» umas as outras.

Nesta linha de raciocínio, o autor identifica nas constantes combinações de redes entre empresas e na flexibilidade dos mercados de trabalho as bases para um ambiente frutuoso de produção e troca de informação entre os agentes, onde as empresas e outros agentes também possam travar contacto com diferentes processos e produtos (Scott 2006: 7), que será crucial para o desenvolvimento destas actividades.

Esta leitura pode sugerir-nos que no meio urbano, ambiente de aceleradas alterações e de múltiplas oportunidades, a flexibilidade do trabalho possa ser vista como motivadora e dinamizadora. O trabalhador, «livre», é compelido a activar sua criatividade quase instintivamente, e esta é, por outro lado, fomentada pela sua inserção diversificada em múltiplos contextos de trabalho. «Livres», o trabalhador pode procurar os arranjos que o estimulem mais; a competitividade é então vista como a capacidade do indivíduo em se adaptar, e a criatividade passa a ser (também) consequência desta necessidade.

Não sendo completamente claro o conceito de criatividade aqui empregado pelo autor (Scott 2006), importa ressaltar que ao pensarmos na produção cultural criativa e nas dinâmicas criativas dos indivíduos (nos termos referenciados no primeiro capítulo), facilmente podemos conceber artistas que prezem carreiras estáveis e relativamente pouco «flexíveis» e, mesmo assim, consigam ser criativos. Para este perfil, políticas públicas que o auxiliem a percorrer um determinado percurso académico, técnico, etc., poderão surtir muito mais efeito do que os que incentivem a sua flexibilização.

Esta questão da flexibilidade dos trabalhadores e das empresas, fulcral neste tipo de actividades, essencialmente orientadas para o trabalho em colaboração na base do projecto concreto, é um factor fundamental, como bem nota Scott, na tendência para a aglomeração destas actividades. Parece-nos no entanto, que deve ser obviamente encarada com cuidados, sendo impensável justificar uma intervenção pública que apenas vise actuar sobre as tradicionais falhas de mercado. O sector artístico, apesar (e por causa...) desta forma do funcionamento por projecto, é um dos principais exemplos onde a aplicação da lógica mercantil pode ter efeitos completamente equivocados, como vários autores têm demonstrado (cf. Caves 2002; Throsby 2001; Towse 2003).

Aliás, sobre as questões acima referidas o próprio autor nos oferece um bom contra-argumento. Segundo Scott (2000: 12), as relações de trabalho nas indústrias culturais são tipicamente intermitentes e resultam numa busca frequente de empregados e empregos, o que, num ambiente onde estas relações se desenvolvem em maior escala, tende a conferir um menor risco para ambos, visto que as oportunidades propendem para multiplicar-se e as probabilidades de novos arranjos tendem a aumentar. As vantagens da aglomeração serão portanto evidentes, bem como a pressão natural dos mercados para a concentração geográfica destas actividades.

A influência do meio urbano, sob a perspectiva da aglomeração, pode ser ainda vista através de outros ângulos. Para além das questões tradicionalmente associadas às economias de aglomeração, fundamentalmente as

diversas externalidades positivas produzidas, as economias com ganhos de escala e a disponibilização de mão-de-obra especializada, Scott (2006: 9) destaca dois aspectos fundamentais, (a) a redução de custos e (b) a criação de redes de produtores especializados e complementares. Estes factores podem sintetizar-se na categorização de economias de aglomeração apresentada por Duranton e Puga:<sup>4</sup> (i) Partilha/*sharing* (por exemplo, instalações infra-estruturais); (ii) Combinações/*matching* (por exemplo, especialização no fornecimento de mão-de-obra e matéria-prima); (iii) Aprendizagem/*learning* (por exemplo, troca de informação entre empresas).

A formação de um *cluster* pode ser de tal forma vital para algumas empresas que nalguns casos observamos a separação ou externalização de parte do negócio, de forma a permitir o melhor enquadramento num determinado *cluster*. A estratégia de aglomeração por parte de pequenos produtores e a especialização em determinada actividade também tem sido uma estratégia amplamente utilizada em zonas urbanas de menor dimensão. Por outro lado, o reconhecimento da produção com a localidade onde se insere também tem sido fundamental para a sobrevivência e a diferenciação de determinadas regiões (Scott 2006: 9-10).

Os nichos de artesanato local (bem como o património, tangível ou intangível) são um dos principais exemplos onde a especialização e a identificação dos artistas com a região produzem efeitos de diferenciação positiva onde, imbuídos de valores simbólicos e indissociáveis de determinada região, os seus produtos ganham destaque em relação aos potenciais substitutos.

Os efeitos acima referidos certamente têm na heterogeneidade, outra característica marcante do meio urbano, um forte dinamizador. Assumimos, na linha dos autores clássicos das ciências sociais acima referidos, que ambientes que ofereçam grande diversidade de experiências e estímulos tendem a promover a criatividade. Seja simplesmente pela possibilidade de os diversos agentes terem a oportunidade de contactar com diferentes competências técnicas, seja por terem contacto com visões e abordagens diversas sobre os mais variados temas, etc.<sup>5</sup> No campo da

---

<sup>4</sup> Duranton, G. e D. Puga. 2004. «Micro foundations of urban agglomeration economies». In *Handbook of regional and urban economics*, vol. 4, eds. J. V: Henderson e J. F. Thisse, 2065-2118. Amesterdão: Elsevier (citado em Scott, 2006)

<sup>5</sup> Vale a pena ressaltar que a heterogeneidade também deve ser vista sob um espectro amplo e pode ser observada tanto nos (a) indivíduos: origem étnica, género, idade, competências, etc.; (b) quanto no espaço, na indústria e na produção local, e (c) nas características físicas do território. Outras questões, como o regime político em que os indivíduos se inserem, por exemplo, também podem influenciar a produção criativa. A produção artística, por exemplo, possui papel fundamental na expressão de crítica ou afirmação.

criatividade nas actividades culturais, a heterogeneidade tende não só a possibilitar ao artista ter contacto com diversas técnicas, possibilidades de expressão e interpretação, e variados estímulos, como também, aliada à presença de um grande e concentrado número de indivíduos, a propiciar um ambiente mais favorável ao reconhecimento do artista, que, como vimos, também será fundamental para a criatividade.

Ainda neste sentido Florida (2002: 249-266), ideólogo e promotor do conceito de classes criativas, destaca o papel fundamental da tolerância, que considera um dos três pilares para atracção de pessoas criativas, no estímulo à inovação e ao crescimento económico. Segundo este autor, defensor de estratégias direccionadas para atracção da chamada «classe criativa», ambientes com maior tolerância (à imigração, a modos de vida alternativos, etc.), aliados ao domínio dos outros dois «Tês» (Tecnologia e Talento), formariam a combinação perfeita para a promoção da criatividade e da inovação. Importa no entanto destacar não só que a ideia de existência de diversidade é bastante distinta da de tolerância (é diferente tolerar ou interagir com), como igualmente que, como destaca Scott (2006: 8), será necessário haver um certo equilíbrio entre homogeneidade e heterogeneidade, pois, como vimos, a identificação dos indivíduos e a construção de uma identidade também são parte fundamental do ambiente criativo.

Este e outros contributos de Florida têm sido aliás muito discutidos nos anos recentes. Markusen (2006: 2-7), com base numa revisão dos principais trabalhos que têm debatido as ideias de Florida, afirma (como muitos outros autores) que parte significativa das ilações feitas empiricamente no trabalho do mesmo (em particular, Florida, 2002), carecem de algum rigor metodológico. Embora não deixando de reconhecer que este trabalho teve o mérito de identificar a questão da criatividade e de a difundir, a autora (na linha de outros críticos do trabalho de Florida) nota que um dos grandes equívocos do trabalho deste autor é a associação directa que faz entre talento, habilidade, criatividade e nível de escolaridade.

A explanação destes diversos argumentos, bem como a discussão havida na primeira parte deste texto, permitem-nos agora tentar sistematizar as características fundamentais da relação entre aglomeração e o desenvolvimento de dinâmicas criativas baseadas em actividades culturais, assumindo à partida a ideia (de modo empírico amplamente comprovada) de que a aglomeração potencia fortemente tanto a oferta como a procura de bens culturais.

Como acima referimos, na linha de diversos contributos clássicos das ciências sociais, três grandes linhas de argumentação podem ser assumidas como estruturantes desta relação entre aglomeração e espaço urbano (e permitir-nos tentar responder à questão central para nós, de como o meio

urbano pode ou não influenciar o desenvolvimento de dinâmicas criativas específicas, potenciando a produção e o consumo culturais):

- a) a densificação relacional, com base no agrupamento e aglomeração dos agentes;
- b) a criação de dimensão e a obtenção de massas críticas, isto é, de limiares mínimos de procura e oferta;
- c) a diversidade e a heterogeneidade de meios, recursos e mercados.

Todos estes aspectos levam a possibilidade de ocorrência de um contexto caracterizado por uma operação interdependente em rede, por mercados de trabalho locais flexíveis, e por uma competição que é feita essencialmente na base dos atributos qualitativos dos bens, características tanto mais fundamentais, quanto o trabalho seja caracterizado por ser *project-oriented* (em vez de *career-oriented*), como é o caso específico das actividades culturais (cf. Caves 2002; Greffe 2002; Towse 2003).

Nesta relação, vários mecanismos são fundamentais na estruturação da importância da aglomeração, os quais passam por aspectos (geralmente identificados, com maior ou menor peso, nas diferentes análises), como a supressão da distância, a redução de custos de transacção, a exploração conjunta de economias de escala ou de gama, a potenciação das externalidades positivas ou a exploração da imagem e do significado simbólico do lugar.

No entanto, para além destes aspectos, intimamente ligados a estas três grandes dimensões, julgamos importante salientar alguns outros aspectos associados à dimensão mais simbólica, fulcral na análise das actividades culturais.

Um é o papel fulcral dos *gatekeepers*, ou mediadores culturais, no processo de provisão e de consumo destas actividades, o qual obviamente tem também impactos fundamentais na fase da criação. O espaço urbano, pelo contacto múltiplo que proporciona aos criadores e pela sua proximidade aos circuitos de mediação, é ainda mais fundamental para o desenvolvimento destas actividades (com um conteúdo estético e simbólico elevado, e concomitantes necessidades de descodificação) do que para a generalidade das restantes actividades económicas.

Um outro associa-se ao facto de estes espaços proporcionarem importantes núcleos e nós de convivialidade (e de sociabilidade e socialização) essenciais para a difusão de informação, para o contacto e para a legitimação e o reconhecimento dos actores nos diversos mundos da arte.

Finalmente um terceiro, empiricamente comprovado em diversas análises, associa-se ao facto de estas actividades culturais, e do processo criativo

em si, poderem ser fortemente condicionados por atributos físicos ou materiais específicos de cada espaço (as características urbanísticas ou naturais, o clima, a luminosidade...), factores competitivos específicos, encarados como fundamentais para a inspiração por parte de alguns criadores.

Qualquer destes factores tem uma influência simbólica muito significativa, associada à imagem urbana e às representações que são feitas pelos actores (interna e externamente) dos diferentes espaços da cidade (remetendo, por exemplo, para as noções de *cool*, ou de *hype*, com que muitos autores têm caracterizado as dinâmicas de muitos bairros ou experiências de bairros ou cidades «criativas» um pouco por todo o mundo).

Todos estes aspectos, centrais na afirmação simbólica e na legitimação destas actividades, em combinação com os mais tradicionais, levam a uma importância fulcral do meio urbano, expressa em factores como as trocas formais e informais que nele se estabelecem (de produtos, conhecimento tácito, informação, tecnologia, recursos produtivos, etc.) e as relações de reciprocidade a elas associadas; as novas possibilidades e os mercados, que só a dimensão, a diversidade e a heterogeneidade destes espaços permitem (possibilitando novas experiências, uma maior assunção do risco, novas vivências, etc.); os mecanismos específicos de aprendizagem colectiva, de acumulação e difusão de capital cultural, de conhecimento e de inovação; as múltiplas expressões do capital social e relacional, das estratégias de legitimação e reputação, a possibilidade de contacto directo com os mediadores culturais; ou, finalmente, a partilha e construção de identidades colectivas específicas.

Uma representação esquemática de síntese de todos estes aspectos da relação entre os mecanismos da aglomeração das actividades culturais e as dinâmicas criativas pode ser observada no gráfico 6.1.

Importa ainda destacar a fundamental relevância de outros aspectos associados à forte territorialidade destas actividades (e isto independentemente de se situarem em espaço urbano ou não), que, em paralelo aos anteriores, poderão ser fundamentais para explicar o padrão territorial dos processos de produção e consumo das actividades culturais (cf., por exemplo, Costa 2003) e, particularmente, para o que nos interessa no âmbito deste texto, da criatividade nestas actividades. De entre estes, destacamos apenas três ideias fundamentais:

- (i) a capacidade de inserção em redes (internas ou externas), o que nos remete novamente para o papel fulcral dos mediadores e dos circuitos de mediação, neste caso concreto na ligação entre local e global (na escala de difusão concreta dos bens);

Gráfico 6.1 – Aglomeração e criatividade nas actividades culturais



Fonte: Elaboração própria (adaptada de Costa e Pires 2007).

- (ii) a possibilidade de ocorrência de mecanismos de governança específicos e a importância de grelhas institucionais específicas para o desenvolvimento destas actividades, como tem sido salientado, invariavelmente, pelos múltiplos estudos de caso de dinâmicas territorializadas de sucesso baseadas em actividades culturais, um pouco por todo o mundo;
- (iii) a verificação de especificidades territoriais ou de características locais ou de recursos endógenos, que permitam consubstanciar vantagens competitivas específicas pela valorização desses aspectos concretos (em termos de significado simbólico, da imagem do lugar, de activos e recursos específicos que esse espaço ofereça, da história e da «cultura» locais, do património...).

Finalmente, importa ainda explorar a questão das dinâmicas criativas que tem como base as actividades culturais e sua relação com o meio urbano, sob a óptica de um dos principais actores deste processo, os artistas.

Uma boa perspectiva para esta análise é a fornecida por vários textos recentes de Markusen sobre esta questão. Partindo de críticas ao trabalho de Florida (2002), tanto em relação a dificuldades em se conceber uma classe criativa, quanto em relação ao rigor metodológico da análise em-

pírica de seu trabalho, Markusen (2006)<sup>6</sup> explora a natureza dos artistas como residentes do meio urbano e protagonistas de políticas, analisando as suas preferências locativas como sendo essencialmente função do esforço local para fomentar o desenvolvimento de artistas e a sua subsistência, bem como da concentração de oferta de trabalho. Para Markusen (2005: 12) as redes de trabalho, o acesso aos centros de exibição e actuação, e a atracção por um certo modo de vida são as principais motivações para o estabelecimento dos artistas em centros urbanos mais densos e «centrais». Segundo a mesma, os artistas performativos, por exemplo, fazem-no em maior proporção do que os demais, provavelmente devido à natureza das suas ocupações.

No entanto, a autora alerta para o facto de muitas das dinâmicas e sinergias criadas entre os artistas não surgirem apenas porque existe uma forte concentração de «indivíduos criativos» não só nos locais habituais, como museus, teatros, etc., mas sim numa diversidade de «microespaços», permanentes e temporários, onde a produção artística é desenvolvida e apresentada, e onde os artistas podem, para além de se encontrar, expressar uma particular e importante «voz política». Markusen apresenta três tipos de espaços que possuem tais características, fortemente contextualizados pela realidade norte-americana (i) *clubhouses*; (ii) estúdios e edifícios apropriados simultaneamente como espaços de residência e trabalho, pelos artistas; e (iii) locais de apresentação de pequena escala), ressaltando-se outros espaços igualmente importantes, como feiras de arte, escolas, etc. (Markusen 2006: 14-15).

Num outro trabalho, Markusen e Schrock (2006) procuram explorar a questão daquilo a que chamaram «dividendo artístico», ou o impacto económico adicional que não existiria sem a presença dos artistas. No percurso escolhido, investigaram a procura dos artistas por centros urbanos, especificamente a decisão de escolha entre os «mais centrais» e os em crescimento, partindo da hipótese de que muitos artistas escolhem o local onde vão estabelecer-se não tendo em mente um possível empregador, mas sim uma estimulante comunidade de artistas e mecenas. Os autores chegam à conclusão de que as opções dos artistas pelos grandes

---

<sup>6</sup> Utilizando a classificação do *US Census and Bureau of Labor Statistics*, onde os artistas são enquadrados em 4 grupos base: (i) Escritores; (ii) Músicos; (iii) Artes Visuais; e (iv) Artes Performativas (e reconhecidas algumas questões metodológicas que, por exemplo, excluem os *art administrators* desta classificação), a autora busca explorar as fronteiras deste grupo e o quanto diferem dos demais membros da chamada classe criativa. Para tanto, analisa algumas questões sobre a sua forma de viver, de trabalhar, e a sua distribuição espacial (Markusen 2005:8).

centros urbanos ocorrem pois: (a) o tamanho das cidades importa; (b) a procura de actividades artísticas por parte dos residentes de cidades mais «tradicionais» e «elitistas» tende a ser maior; (c) determinados tipos de indústrias, como as de comunicação, tendem a estabelecer-se nas grandes cidades e, conseqüentemente, formar uma importante fonte de procura e rendimento para os artistas; (d) os artistas e os «espaços artísticos» atraem turistas, gerando um «ciclo virtuoso»; (e) sinergias entre diferentes actividades artísticas podem gerar tendências aglomerativas; (f) existem incentivos e facilidades oferecidas por instituições públicas (como bolsas); (g) o próprio grupo de artistas tende a potenciar o seu «auto-investimento» (Markusen e Schrock 2006: 6-7).

Por outro lado, como estes autores igualmente destacam, algumas características podem ter efeito exactamente oposto, ou seja, afastar os artistas dos grandes centros urbanos, devido aos altos custos de vida, à preferência por determinadas «amenidades», principalmente para os artistas não vinculados às artes performativas, à opção pelo «isolamento» e à solidão (mais facilmente encontrados em áreas não urbanas) e, finalmente, pela evolução tecnológica, com as TIT (por exemplo, a internet e a ampliação das possibilidades, tanto em termos de comércio, quanto de interacção à distância).

Em termos de síntese, importa então ter em atenção que a decisão individual de cada artista ou criador (como autores como Markusen ou outros têm defendido), depende de factores concretos como, entre outros, as suas preferências específicas de locais para viver e trabalhar (onde podem entrar em conta factores como a oferta de amenidades ou os *hypes*, *trends*, ou o *buzz* a eles associado, como tem sido salientado pelos mais diversos contributos recentes para o estudo destas questões), os esforços desenvolvidos a nível local (pelos próprios poderes públicos ou por instituições locais, para fomentar o desenvolvimento artístico e a *vibrancy* urbana, ou a simples concentração do emprego artístico/cultural (e portanto, a potencial procura de trabalho).

É importante então ter em atenção que, não obstante a grelha genérica de análise acima apresentada (e não pondo em causa a sua validade), na perspectiva, individual, do agente cultural e criativo, a decisão de localização é sempre, em termos práticos, uma decisão pessoal, condicionada por factores como o seu nível de rendimento e o seu poder de compra, o custo do solo, as suas expectativas de reconhecimento social, a sua inserção e acesso a redes, a dimensão e diversidade dos mercados, etc.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Mais do que isso, é importante salientar que muitas das esferas presentes nas decisões tomadas pelos artistas no momento da escolha de sua localização são de cunho extrema-

Na prática, verifica-se portanto, a todo o momento, uma arbitragem entre um conjunto de factores que tendem a favorecer a centralização em determinados pontos do espaço (e em pontos específicos do espaço urbano, para certas actividades) e um conjunto de outros que fomentam forças descentralizadoras, mas que, no seu todo, como se tem visto, têm conduzido a situações onde a garantia de alguns dos primeiros é fulcral para a manutenção de dinâmicas territoriais sustentáveis baseadas na criatividade, nas actividades culturais.

## **Nota conclusiva**

Procurou-se fazer neste texto uma reflexão, essencialmente conceptual, sobre o papel do espaço urbano no desenvolvimento de lógicas criativas sustentadas nas actividades culturais. Debateu-se a noção de criatividade e a forma como tem sido incorporada neste debate, e aprofundou-se a análise dos factores que suscitam a aglomeração dos artistas e dos criadores nos espaços urbanos e da relevância do ambiente urbano para o desenvolvimento das suas actividades e, em particular, para a sua criatividade.

Esta linha de análise baseia-se não só em muita da produção conceptual sobre estes assuntos, mas igualmente nos diferentes tipos de experiências e casos de sucesso que têm sido amplamente destacados na literatura recente sobre estes temas, desde bairros culturais, a operações de regeneração ou requalificação urbana (sejam acções mais integradas, ou a mera construção de equipamentos simbólicos); desde *clusters* culturais e sistemas produtivos locais ou complexos de produção de imagens e símbolos fortemente territorializados, à realização de eventos ou festivais de sucesso; desde acções de política específicas a promoção de subsectores concretos ou das indústrias criativas em geral, a acções de política de desenvolvimento regional ou local ou de promoção da competitividade urbana; ou mesmo acções de política visando promover outros objectivos, como a inclusão social, a participação ou o multiculturalismo (cf., por exemplo, ERICArts 2002; Costa *et al.* 2006).

No entanto, uma questão de fundo que se coloca na análise de muitos destes casos, e que não desejaríamos deixar de fazer notar, é a da sustentabilidade e da reprodutibilidade destas dinâmicas. Com efeito, um dos

---

mente subjectivo e não quantificável. Neste sentido, é importante lembrar que, ao falarmos das relações dos indivíduos com o espaço, não perdemos de vista a relação dos indivíduos entre si, reconhecendo, portanto, que as relações afectivas, por exemplo, também serão uma variável fundamental na decisão dos indivíduos...

aspectos que têm sido destacados como fulcrais em muitos dos casos empiricamente analisados é a fraca transferibilidade das soluções e experiências de sucesso registadas, assentes geralmente em especificidades (a nível de recursos, actores, e das formas de governança) que as tornam únicas e não replicáveis para outras realidades.

Esta é uma questão que nos suscita inequivocamente a necessidade de um trabalho empírico aprofundado, com recolha e análise de informação aprofundada (em curso de momento), no sentido de tentar perceber que factores tornarão estas experiências efectivamente criativas num perspectiva de sustentabilidade e de longo prazo. Para já, da análise mais conceptual efectuada neste texto resulta a clara confirmação da importância dos factores de aglomeração «tradicionais» para o desenvolvimento da criatividade, mas igualmente a importância de outros factores, mais «específicos» das actividades culturais, essencialmente ligados à sua componente mais simbólica.

Dois aspectos concretos, usualmente menos referidos, devem desde já quanto a nós ser destacados e levados em particular atenção na análise destes factores. Por um lado, a distinção entre criação e criatividade (como resulta de algumas análises empíricas – cf., por exemplo, Costa e Pires 2007), com a possível desterritorialização do momento concreto da primeira, mas com uma forte dependência da segunda da frequência e contacto com o meio urbano (suscitando, portanto, estas duas vertentes, necessidade diversas, no que concerne ao efeitos da aglomeração). Por outro lado, a inquestionável relevância da dimensão da valorização e reconhecimento social da criatividade, a qual passa por um processo de comunicação de significados simbólicos, do qual não pode ser separada. Este é um aspecto fulcral que nunca poderá ser desligado de uma actuação pública que vise a criação ou o apoio a dinâmicas territoriais sustentáveis baseadas nestas actividades culturais criativas.

Subjacente ao debate aqui apresentado, está uma concepção sobre o papel e a lógica de inserção das cidades no quadro dos processos de «globalização» e de transição para a «nova economia» e para a sociedade do conhecimento, que no entanto, não pode ser vista como um dado adquirido. A sustentabilidade das dinâmicas criativas com base nas actividades culturais, neste sentido, também dependerá da concepção do papel que as cidades têm sobre a construção da colectividade.

Com efeito, as diversas abordagens dos autores referenciados parecem partilhar pouco em relação às estratégias para a promoção da criatividade. Parte do ruído nesta comunicação deve-se ao facto de partirem de bases conceptuais bastante diferenciadas. O debate acerca da criatividade é um bom exemplo para ilustrar esta questão. Mas por outro lado é

possível identificarmos pontos de convergência. Parece-nos que a ideia de que as transformações na organização colectiva em torno da cidade e, posteriormente, a busca incessante pelo «novo» é, na visão da generalidade destes autores (por exemplo, Florida, 2002: 4, Scott, 2006), um valor adquirido nas sociedades contemporâneas. Neste caso, seria a «natural» busca pela novidade a grande motivação dos indivíduos e, conseqüentemente, a adaptação a esta premissa o principal factor de sucesso de uma determinada colectividade. Tal visão pode oferecer-nos um instrumento muito útil na concepção de estratégias de intervenção imediatas, mas estas podem ser, de alguma forma, limitadas em relação aos desafios que as cidades têm para enfrentar, e à sustentabilidade destas dinâmicas num longo prazo marcado pelos requisitos da competitividade territorial.<sup>8</sup>

Mas que linhas gerais se poderão, com base nesta reflexão preliminar, extrair em termos de grandes princípios orientadores para a formulação de políticas públicas que visem a dinamização destes espaços «criativos»? Da análise efectuada, resulta a confirmação da grande importância do meio urbano e das características de urbanidade para o desenvolvimento das actividades culturais, e, para além disso, ainda mais, para o desenvolvimento da criatividade nas actividades culturais. Em termos da actuação pública importará portanto garantir a multidimensionalidade (e a lógica multinível) na intervenção prosseguida para a promoção da criatividade, em termos dos diversos tipos de política, sejam as políticas de desenvolvimento urbano (ou a actuação para a promoção do desenvolvimento local ou regional); as políticas culturais (conduzidas a nível local ou central); ou outras políticas sectoriais, articuláveis com estes aspectos (emprego, inclusão social, inovação, formação, por exemplo). No entanto será sempre imprescindível ter em particular atenção as formas de governança e auto-regulação dos sistemas territoriais em causa (as especificidades dos actores, instituições, relações, redes, expectativas, motivações).

As especificidades das realidades locais, que são a chave do sucesso de muitas destas experiências, implicam o desenho de soluções institucionais específicas para cada caso, que não destruam as dinâmicas «naturais» existentes ou as homogeneizem, mas antes as potenciem, com base nos recursos endógenos (e exógenos) disponíveis para a dinamização desses espaços. Neste quadro, serão importantes a realização de eventos, ou a construção

---

<sup>8</sup> Pense-se, por exemplo, nos riscos de dualização social e económica das cidades, salientados por muitos autores, e que Scott (2006: 4) claramente refere, destacando o aumento das desigualdades produzidas no meio urbano, tendendo a reflectir diferentes tipos sociais, um que agrega trabalhadores com baixos salários e pouco qualificados e, outro, de indivíduos altamente qualificados e bem remunerados.

de equipamentos ou infra-estruturas, que têm caracterizado muito da actuação pública para a «edificação» das cidades criativas, mas isso não basta; o fundamental, para gerar sustentabilidade, passa por uma actuação mais imaterial, adaptada a cada caso concreto, que entre em linha de conta com a obtenção de vantagens dos meios gerados, do ambiente criativo criado, das redes, das instituições, das formas de regulação experimentadas; que promova acumulação de competências, o conhecimento e a inovação; que passe por formar públicos e rotinas culturais, por influenciar e construir mentalidades e culturas, por promover a tolerância; que se baseie na estruturação de uma imagem(s) e de identidade(s) consistente(s).

O desafio de fundo terá portanto de passar pela capacidade de densificação (mais do que simples atracção) das actividades, classes e instituições efectivamente criativas, e por, num contexto de não transferibilidade de soluções «milagrosas», mesmo em espaços com características semelhantes, apostar no desenvolvimento de modelos institucionais e de formas de governança específicas que permitam uma solução adequada à criação de dinâmicas de criatividade sustentadas com base nos recursos endógenos e exógenos possíveis para aquele meio urbano em concreto.

## Referências bibliográficas

- Asheim, B., L. Coenen, J. Moodysson, e J. Vang. 2006. «Constructing knowledge-based regional advantage: Implications for regional innovation policy». *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*.
- Asheim, B., L. Coenen; J. Vang-Lauridsen. 2007. «Face-to-Face, Buzz and Knowledge Bases: Socio-Spatial Implications for Learning, Innovation and Innovation Policy», *Forthcoming in Environment and Planning C*.
- Becker, H. 1982. *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, Londres: University of California Press.
- Bianchini, F., e C. Landry. 1994. «The Creative City». Working paper 3: Indicators of Creative City, A methodology for Assessing Urban Viability and Vitality Comedia.
- Boden, M. (1990), *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*: Londres: George Weidenfeld and Nicolson Ltd.
- Camagni, R., D. Maillat, e A. Matteaccioli, eds. 2004. *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. Neuchâtel: EDES.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Costa, P. 2003. *As Actividades Culturais e a Competitividade Territorial: O Caso da Área Metropolitana de Lisboa*. Universidade Técnica de Lisboa. Dissertação de doutoramento em Planeamento Regional e Urbano. Lisboa: ISEG/UTL, Setembro de 2002.
- Costa, P., M. Magalhães, B. Vasconcelos, e G. Sugahara. 2006. «On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach». *Dinâmia Working Paper*, n.º 2006/54. Lisboa: DINÂMIA/CET-Instituto Universitário de Lisboa.

- Costa, P., e P. Pires. 2007. «Agglomeration for creativity in cultural activities: What difference does it make?», Paper presented to the 2007 Annual Meeting of the Association of American Geographers, 17-21 April. San Francisco, CA, USA.
- Crane, D. 1992. *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dimaggio, P. 1987. «Classification in art». *American Sociological Review*, 52: 440-455.
- Ebert, R., F. Gnad, e K. Kunzmann .1994. *The Creative City*. Working Paper 2: Concepts and Preconditions of a Creative City, Comedia.
- EC/KEA. 2006. *The Economy of Culture in Europe*, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), October 2006, Bruxelas: EC.
- ERICArts. 2002. *Creative Europe: On Governance and Management of Artistic Creativity in Europe*. Bonn: European Research Institute for Comparative Cultural Policy and the Arts (ERICArts).
- Florida, R. 2002. *The rise of the creative class*. Nova Iorque: Basic Books.
- Grefe, X. 2002. *Art et artistes au miroir de l'économie*. Paris: Éditions UNESCO/Economica.
- HALL, P. 1998. *Cities in Civilization*. Londres: Pantheon.
- Handke, C. 2004. «Defining creative industries by comparing the creation of novelty». RECIDA Working Paper No. 2. Roterdão: Faculty of History and the Arts, Erasmus University Rotterdam.
- Kalsø, H., J. Vang, e B. Asheim. 2005. «The Creative Class and Regional Growth: Towards a Knowledge Based Approach», Sweden, CIRCLE, Lund University. Disponível em: <http://www.circle.lu.se/test/html/getpublicationdoc.aspx?id=188> (Jun/07).
- Landry, C. 2000. «The Creative City – A toolkit for urban innovators». Londres: Comedia e Earthscan.
- Markusen, A. 2006. «Urban development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the Study of Artists». *Environment and Planning A*, vol. 38 (10): 1921-1940.
- Markusen, A., e Schrock, G. 2006. «The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialization and Economic Development Implications». *Urban Studies*, vol. 43 (10): 1661-1686.
- NESTA. 2006. *Creating Growth – How the UK can develop world class creative business*. Londres, NESTA Research Report.
- OECD. 2005. «Culture and Local Development». Paris: OECD.
- O'Connor, J., e D. Wynne, eds. 1996. *From the Margins to the Centre: Cultural production and consumption in the post-industrial city*. Aldershot: Arena.
- O'Connor, J. 1999. *The Definition of «Cultural Industries»*. Manchester Institute For Popular Culture: Manchester Metropolitan University.
- Scott, A. J. 2000. *The Cultural Economy of Cities*. Nova Deli, Londres: Sage.
- Scott, A. 2006. «Creative Cities: Conceptual issues and Policy Questions». *Journal of Urban Affairs*, vol. 28 (1): 1-17.
- Simmel, G. 1902 [1979]. «A metrópole e a vida mental». In *O Fenómeno Urbano*, ed. O. Velho. Rio de Janeiro: Zahar: 11-25.
- Throsby, D. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towse, R. 2001. *Creativity, Incentive and Reward. An Economic Analysis of Copyright and Culture in the Information Age*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Towse, R., ed. 2003. *A handbook of cultural economics*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Towse, R. 2004. «Towards an economics of creativity». RECIDA working paper no. 1. Roterdão: Faculty of History and the Arts, Erasmus University Rotterdam.
- Wirth, L. 1938. «O urbanismo como modo de vida». In *O Fenómeno Urbano*, ed. O. Velho. Rio de Janeiro: Zahar: 90-113.



**Parte III**  
**Novos desafios e dilemas**  
**na organização**  
**do sector criativo**



## Capítulo 7

# **Incentivos e direitos dos autores que trabalham em televisão: reflexões sobre a evolução das formas de remuneração dos autores no tempo do digital\***

Como é que as evoluções da oferta cultural podem influenciar a estrutura das remunerações? Será o direito de autor um modo apropriado de enquadramento da remuneração dos autores? Este capítulo procura esclarecer esta questão, apoiando-se nomeadamente num estudo realizado em França, durante um período de três anos, sobre os autores de televisão (ficção e documentário). Mostram-se aqui os limites de um quadro que, embora legítimo, contribui pouco para melhorar a situação dos autores.

## **Criatividade e diversidade infinita. Algumas características das indústrias culturais**

As indústrias culturais abrangem um campo em plena expansão, que vai das indústrias tradicionais (livro, disco, cinema), às mais recentes (jogos de vídeo), e ainda os *media* (imprensa, rádio, televisão) e a internet. O que têm todos eles em comum?

Os bens culturais são singulares ou protótipos. Cada produto é diferente dos outros, e o produtor deve lançar bens que comportem alguma singularidade. O carácter único dos bens faz que a oferta apresente uma

---

\* Texto traduzido por Vera Borges.

enorme diversidade, o que Caves (2000) colocou em evidência num texto importante e muitas vezes citado. Cada novo produto implica uma parte de risco do ponto de vista do consumidor como também do ponto de vista do produtor. Para o primeiro, o bem, diferente do bem anteriormente consumido, é um bem de experiência, cuja qualidade é desconhecida apesar dos esforços que podem ser realizados para o avaliar. Para o segundo, apesar de as informações à sua disposição (o boca a boca, as notas críticas, etc.), o risco de falhar permanece. O peso da informação é pois particularmente central, e justifica os investimentos acordados com o objectivo de promover os bens.

A singularidade dos bens remete para a ideia de criatividade. Esta pode ser aparente ou real, fraca ou forte, mas está sempre presente. Por conseguinte, é compreensível que as indústrias culturais partilhem o facto de que os seus produtos incorporam direitos autorais. Isto constitui o pivô da cadeia de valor, tal como ela existiu até hoje.

Mesmo quando as indústrias culturais produzem bens privados, estes revestem-se de um carácter híbrido, com uma dimensão de bem público. O texto de um livro, uma vez editado, pode ser objecto de uma apropriação sem ou quase nenhum custo. Os bens informacionais apresentam com efeito as mesmas características que os bens públicos: excluir do consumo aqueles que não querem pagar nem sempre é possível. Além disso, a informação é não rival, no sentido de que um novo utilizador não diminui a informação disponível para os outros. Cada um pode beneficiar de uma ideia ou de uma informação, a partir do momento em que estas foram produzidas e colocadas à disposição do público. Estas duas características, a não exclusividade e a não rivalidade, conduzem às falhas do mercado: aqueles que financiaram a produção, aqueles que têm contribuído para a criação não podem ser remunerados.

Como corrigir isso? Os direitos de autor podem contribuir para isso através da introdução de um monopólio para o autor ou para os seus beneficiários sobre o uso da obra. Eles organizam assim a possibilidade de troca comercial.

## **O direito de autor, pivô das indústrias culturais**

A noção de autor é polissémica e remete para numerosas realidades. O nome do autor é indispensável para qualquer classificação bibliográfica: é uma *referência*, refere-se a uma *pessoa*. Deste ponto de vista, deve-

-se considerar que o direito do autor reconhece a unidade do autor e da obra. Mas o que é evidente no caso do livro é mais complexo no caso da televisão, onde numerosos intervenientes reivindicam o estatuto de autor.

O direito de autor permite o reconhecimento de um estatuto e de um direito a uma remuneração proporcional, e organiza a evolução das remunerações ao longo de toda a cadeia de produção.

### *A legitimidade do direito de autor e os seus limites*

O direito de autor organiza a gestão da incerteza, permitindo uma espécie de retorno do investimento: os economistas consideram que ele constitui um incentivo à criação. Na realidade, o direito de autor permite sobretudo que o financiador da criação seja incitado a investir. Pode-se com efeito imaginar que um criador criará sempre, com ou sem direitos de autor. No entanto, uma empresa, ou um investidor privado, não se vai envolver a não ser que possa amortizar o seu investimento em algumas das obras que ele aceita financiar. Pode-se considerar, portanto, os direitos de autor como uma condição para o funcionamento das redes de produção.

No entanto, a protecção pelo direito, por mais legítima que seja, constitui um entrave à difusão; na verdade, numerosos utilizadores vão recuar diante do preço, mesmo que o custo marginal da produção do bem (aquele da última unidade produzida) seja nulo ou quase. Reproduzir um livro ou uma parte de uma música não custa praticamente nada. Da mesma forma, aplicando preços relativamente elevados ao *download* de artigos universitários, corre-se o risco de criar um obstáculo à investigação.

Como conciliar a protecção e a difusão? A conciliação destes dois objectivos em tensão passa pelo carácter temporário do direito de autor. O domínio público, isto é, o que não está protegido pela lei, era já uma preocupação no período do Iluminismo, quando Diderot publicou *La Lettre sur le Commerce des livres* (1763), onde defendeu a legitimidade da propriedade do autor sobre a sua obra como um direito inalienável, enquanto Condorcet demonstrou que uma propriedade literária sem limite seria injusta porque instituiria um monopólio permanente sobre as ideias que são parte do bem comum e úteis para o progresso da humanidade (Benhamou e Farchy 2009). Quando uma obra surge no domínio público, a sua distribuição deixa de estar fechada. Portanto, a duração do direito de autor constitui um compromisso que permite proteger tudo abrindo a possibilidade de divulgar amplamente.

### ***O exemplo da televisão***

Num estudo realizado em França, Benhamou e Peltier (2007) analisam as remunerações dos autores de ficção e de documentários na televisão e avaliam em que medida o sistema de direitos de autor é apropriado, incitador, justo e transparente. De facto, os autores de ficção são pouco conhecidos na televisão, apesar da força das preferências dos consumidores que se voltam fortemente para as ficções televisionadas (em particular as ficções nacionais). Estas conseguem muitas vezes melhores *scores* de audiência do que os filmes cinematográficos.

### ***Um sistema complexo***

Na televisão, o direito de autor para as obras de ficção resulta de um sistema complexo, que reconhece múltiplos beneficiários: o autor do conceito (chamado vulgarmente a *bíblia*) ou da obra literária original que inspirou a ficção, o criador dos diálogos, o adaptador, o director da escrita, o realizador. A industrialização do processo de criação acentua paradoxalmente a vontade de se ser reconhecido como um criador. O realizador combina, assim, duas fontes de rendimentos: o seu salário, que paga o aspecto técnico de seu trabalho, e o direito de autor, que reconhece a dimensão artística. Coexistem dois modos de remuneração: antes da difusão da obra, e depois desta. No primeiro caso, o autor e o produtor assinam um contrato de «cessão de direito», e a remuneração é paga directamente pelo produtor ao autor. Esta é fixa e constitui um avanço não reembolsável nas remunerações ligadas à exploração da obra. No segundo caso, a remuneração corresponde à difusão na televisão e à cópia privada: os direitos cobrados são repartidos por uma sociedade de gestão colectiva, e as remunerações pagas aos autores provêm nomeadamente do pagamento pelos canais de televisão de uma percentagem do seu volume de negócios. Estes valores são pagos aos autores depois de as sociedades de gestão colectiva terem deduzido os seus custos de funcionamento. Para algumas produções, tais como o vídeo, os *remakes*, os produtos derivados, uma remuneração proporcional às receitas é paga directamente pelo produtor. Uma remuneração suplementar é recebida pelo autor, apenas se esta exceder aquilo que ele já recebeu.

### ***Dos resultados contra-intuitivos***

A análise dos dados sobre as ficções para televisão que são difundidas nos cinco principais canais hertzianos franceses em três temporadas

(1996, 2001, 2004) permite mostrar que a duração da atribuição de direitos autorais tem continuado a crescer, de tal maneira que grande parte dos autores não conseguiu renegociar os termos do contrato. É surpreendente que, apesar da inflação de custos dos programas, o rendimento médio por autor e por obra, associadas todas as fontes, tende a diminuir ao longo do tempo. Esta diminuição afecta as remunerações pagas antes da transmissão e após a transmissão, em proporções semelhantes. Naturalmente, os autores de telefilmes e de séries transmitidas em *prime time* (início da noite) são muito menos afectados.

Como explicar o declínio da remuneração média? O número de autores por obra não aumenta, e não se pode atribuir essa quebra a uma partilha do valor entre um número crescente de autores. No entanto, os custos de interpretação aumentam muito rapidamente no período estudado (+ 57,8%), embora os direitos artísticos diminuam significativamente (- 17,8%). É também surpreendente constatar que, apesar da proliferação de canais e da fragmentação de audiências, os pagamentos médios resultantes da primeira transmissão tenham aumentado em detrimento das outras transmissões (cabo, satélite). Da mesma forma, seria de esperar um aumento do rendimento médio proveniente da cópia privada: a cópia privada, na lei francesa dos direitos de autor e na quase totalidade dos Estados europeus, é uma excepção ao direito de autor que permite a reprodução de uma obra para a sua utilização na esfera privada (família e amigos). Ela dá lugar a indemnização, a compensação: as pesquisas ou os dados produzidos a propósito dos padrões de consumo constituem a base para a distribuição que passa, uma vez mais, pelas sociedades de autores. As chaves da distribuição podem variar. No domínio da televisão, a remuneração dos autores é modulada em função de vários parâmetros: o tipo de obra, o número de transmissões, o horário, o canal da primeira transmissão. Mas esta remuneração diminui em proporção, no momento em que a utilização parece crescer.

Finalmente, note-se ainda o declínio do rendimento médio resultante da exportação que é feita muitas vezes em quantidades insignificantes em termos de custos de transacção.

### *Os direitos de autor e a partilha de riscos*

Os direitos autorais têm uma função de incentivo à inovação, pois permitem uma distribuição equilibrada dos riscos entre autores e produtores. O pagamento de uma parte fixa minimiza o risco sofrido pelo autor, enquanto a parte variável incita o autor a criar uma obra de sucesso

e minimiza o risco incorrido pelo produtor. Pode-se esperar, portanto, uma parte fixa baixa e uma parte variável elevada para os autores de fraca reputação, e, inversamente, uma elevada componente fixa e uma parte variável mais fraca para os autores de forte reputação, assim, uma correlação negativa entre parte fixa e parte variável. No entanto, a correlação entre a remuneração fixa e variável é inexistente ou positiva para os argumentistas. Na verdade, a maior parte do risco repousa sobre o produtor quando o autor é reconhecido, e o risco reporta para o autor no caso oposto, de maneira que se observa uma precarização da situação da maior parte dos realizadores de televisão.

## Conclusão

Será que o direito de autor está inadaptado? Esta pergunta é feita frequentemente como resultado da chamada pirataria. No entanto, a observação do caso da televisão, onde o direito de autor dispõe de um conjunto de regras relativamente recente (Bernault, 2003), mostra que a questão merece ser colocada para o digital como para a oferta tradicional. As remunerações que transitam para o direito de autor, excepto no caso dos autores mais famosos, tendem a diminuir apesar do aumento dos custos dos programas. De facto desenha-se a fixação de um *plafond*, em contradição com o princípio fundamental do código da propriedade intelectual que implica que a remuneração seja proporcional ao sucesso das obras. Na maioria dos casos, as taxas de remuneração proporcional são tão baixas que o autor não recebe nada além do adiantamento recebido e os autores são pagos apenas por uma quantia fixa.

Ao ser pouco incentivador e injusto, gerador de desigualdades entre os autores, e entre as categorias de autores, o direito de autor reparte mal o risco.

O que faz o digital? Perturba as condições e as formas de valorização das obras. É, pois, na medida em que a transição para o digital é ao mesmo tempo objecto de extraordinárias promessas de inovação e de difusão, e um horizonte ameaçador para os actores das redes do mundo físico, que a questão da remuneração dos autores se coloca de uma forma crucial. A experiência da televisão e a dificuldade de inventar modelos adequados de remuneração dos autores deve incitar a um trabalho de reflexão conjunta entre as partes interessadas no estudo deste sector, os representantes dos autores e os próprios investigadores académicos.

## Referências bibliográficas

- Benhamou F., e J. Farchy. 2009 [2007]. *Droit d'auteur et copyright*. Paris: La Découverte (Repères).
- Benhamou F., e S. Peltier. 2007. «Économie des droits d'auteur. La télévision». *Culture Études*, 6.
- Bernault, C. 2003. *La propriété littéraire et artistique appliquée à l'audiovisuel*. Paris: Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



Pedro Costa  
Nuno Teles  
Bruno Vasconcelos

## Capítulo 8

# A propriedade intelectual e o novo paradigma de organização do *cluster* da música: motivações dos agentes e criatividade\*

## Introdução

As últimas três décadas têm testemunhado uma progressiva expansão dos mercados, abarcando um crescente número de esferas económicas e sociais. O mercado não só recuperou o espaço que tinha perdido para a esfera pública durante o século XX, como se expandiu para novos domínios, tais como os associados a diversas formas de produção intelectual, historicamente mais ou menos autónomas das dinâmicas do mercado. Este desenvolvimento de novos direitos de propriedade, já denominado «Second Enclosure Movement»<sup>1</sup> (Boyle 2003), atingiu vários tipos de produção intelectual: a pesquisa científica, os métodos de negócio, os direitos de imagem. Em todos os domínios em que os direitos de autor estão agora a ser aplicados, foi-se implantando um debate vivo e movimentos de resistência têm vindo a desenvolver-se.

---

\* Este capítulo corresponde à versão portuguesa do artigo apresentado pelos autores na conferência «The Creative Industries and Intellectual Property Conference», DIME Network, Birbeck College, Londres, 22-23 de Maio de 2008, e publicado como *working paper* da série DIME respectiva, sob a designação «Intellectual property and the music cluster organization new paradigm: Agents' motivations and creativity».

<sup>1</sup> O primeiro movimento de *enclosure* – a privatização de terras comuns no Reino Unido do século XVIII – terá produzido um aumento da produtividade na agricultura e a emergência de mercados baseados no trabalho assalariado, abrindo caminho dessa forma para a ascensão do capitalismo, segundo os debates sobre as origens do capitalismo – cf. Wood, 2004.

Um dos sectores que mais apaixonadamente têm vindo a ser objecto de debate é o *cluster* da música, nomeadamente desde os desenvolvimentos institucionais e tecnológicos recentes, em particular, a popularização da internet, a digitalização e as novas tecnologias de cópia, as quais proporcionaram múltiplas formas de contornar os direitos de propriedade, mais eficazmente do que em qualquer outro caso. Duas realidades opostas originaram diferentes entendimentos da protecção dos direitos de autor. Convencionalmente, o direito de autor tem sido entendido como um dispositivo necessário para promover a criatividade e a criação. Apenas com direitos de propriedade bem definidos poderiam ser gerados incentivos eficientes para todos os agentes do sector. Seguindo este ponto de vista, a lei de direitos de autor deveria ser reforçada e ampliada, a fim de preservar e promover os mercados para o negócio da música. No entanto, as novas formas de violação dos direitos de autor têm não só permitido o acesso ilegítimo à música protegida mas têm também aberto as portas para o que pode ser percebido como um novo paradigma de produção e distribuição dos bens culturais. E tal paradigma pode implicar a redefinição dos direitos de propriedade intelectual.

Consideramos que para discutir os direitos de autor no campo da música, este sector deve ser dividido entre música *mainstream* e música independente, a fim de compreender melhor as diferentes implicações sobre as motivações e as atitudes dos criadores. Na primeira secção deste capítulo, é apresentada uma breve panorâmica dos debates actuais em torno dos direitos de autor. Na segunda secção, identificamos as implicações nas motivações e nos comportamentos dos agentes relacionadas com os novos contornos institucionais que têm vindo a emergir no *cluster* da música. Na terceira secção, consideramos as repercussões sistémicas em termos de *gatekeepers* culturais, evidenciando o seu papel crucial na construção do valor simbólico e, conseqüentemente, no valor económico, neste *cluster*.

## Os direitos de propriedade intelectual e a indústria da música

### *A aplicação dos direitos de propriedade*

Actualmente, uma grande quantidade de legislação tem sido produzida com o objectivo de reforçar os direitos de propriedade intelectual (doravante, DPI). Dois deles, provavelmente devido ao seu papel histórico, têm um papel de destaque: os direitos de autor e as patentes. Os direitos de autor

protegem as obras originais, que se enquadrem nas categorias de literária, dramática, musical, artística e intelectual, bem como alguns tipos de pesquisa científica, de serem copiadas sem a autorização do detentor dos direitos (não necessariamente o produtor de tais bens). O segundo instrumento mais importante para a aplicação dos direitos de propriedade intelectual são as patentes – a concessão de um direito de propriedade ao inventor que irá impedir todos os outros de produzir, usar ou vender uma invenção.

Estes dois instrumentos não são uma novidade. Eles podem ser encontrados desde os alvares do capitalismo: os direitos autorais remontam ao Estatuto de Anne em 1709, no Reino Unido, e as patentes ao século XV, em Veneza (May, 2007). No entanto, as duas últimas décadas testemunharam uma expansão desses direitos. As patentes foram notavelmente ampliadas nos EUA com a introdução da Lei Bayh-Dole que permitiu às universidades patentear as pesquisas realizadas com financiamento público – dando origem a uma explosão de investigação científica patenteada, particularmente na área de biotecnologia. Nos EUA, este movimento é reforçado ainda por outro lado pela maior duração das patentes (20 anos contra os anteriores 17) e a simpatia do sistema judicial, que agora defende as patentes em 80% das vezes em que são questionadas contra 60% nos anos 60, e que agora exige a necessidade de prova clara para desafiar uma patente, ao contrário da anterior preponderância da prova *standard* (Perelman, 2003). O direito de autor ampliou o seu alcance e intensidade com o US Digital Millennium Act de 1998, e a directiva similar da UE sobre Direitos Autorais, promovida pelos Copyright and the Performances Phonograms Treaties, negociados na Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO) em Dezembro de 1996 (Maskus 2000). A criminalização da produção e da difusão de tecnologias que possam contornar as medidas tomadas para proteger os direitos de autor são os objectivos principais, ampliando direitos autorais para as transmissões via internet e também reforçando a regulamentação destinada a derrotar a pirataria electrónica. O direito de autor também passou a atingir a mera compilação de factos e já não só o trabalho criativo original, como pode ser notado pela directiva da European Database que estabelece direitos de propriedade sobre bases de dados de meros factos (Boyle 2003) e pelo americano US Collections of Information Antipiracy Act. Reflectindo a crescente utilização privada de dados para *marketing* de produtos e serviços, os dados simples, sem adição inovadora ou criativa, são transformados numa mercadoria e entram no mercado. Ainda que as patentes e os direitos autorais continuem a ser os principais dispositivos para proteger legalmente a propriedade intelectual, novos instrumentos se foram desenvolvendo no último século, tais

como as marcas e, mais estranhamente, os «segredos comerciais», que cobrem «qualquer forma de *know-how* industrial ou comercial que (a) apoia a produção eficiente e (b) é mantida dentro da empresa e suas licenciadas como informação confidencial» (Maskus 2000: 64).

Um dos campos onde esta ofensiva dos DPI é mais visível é o sector da música. O esforço legislativo foi por sua vez acompanhado por um recurso crescente aos tribunais pelas grandes corporações na indústria da música, processando empresas que desenvolvem *software peer-shared* (compartilhado) de arquivos (isto é, Napster, Kazaa, eMule) bem como os utilizadores deste *software*, com grandes campanhas nos *media* contra a pirataria.

## Direitos de autor, música e regimes de produção independente

Os DPI representam para a indústria musical *mainstream* uma forte fonte de receitas e por isso será expectável a sua campanha constante contra a pirataria através da partilha de ficheiros *peer-to-peer*, a qual representa grandes prejuízos para as grandes editoras e as grandes estrelas da música. Ainda assim, a partilha de ficheiros gratuitos de música via internet representa para os artistas independentes (que têm pouco interesse nos direitos de autor) uma oportunidade real e efectiva para a circulação das suas músicas na internet, mesmo que se trate de cópias não pagas. Este aliás tem sido o factor-chave de sucesso de alguns novos artistas emergentes na esfera de produção independente.

Apesar de o fenómeno da música independente se ter tornado uma questão central nas indústrias e nos mercados musicais contemporâneos, está longe de ser um fenómeno recente, modificando progressivamente de forma significativa as representações sobre a noção de música independente. Estas duas premissas estão relacionadas com a ideia de que é possível assumir a existência de uma indústria da música independente desde o início dos anos 50 (distribuição e *marketing*), mas também com o fenómeno da emergência e da crescente popularidade dos artistas independentes. O que é essencial observar, considerando os desenvolvimentos históricos mais recentes, é que o papel crescente da indústria fonográfica independente trouxe visibilidade e um novo significado ao modo de produção envolvido neste sector, dissolvendo progressivamente as fronteiras que até aqui existiam entre as *majors* e as editoras independentes.

Nesse contexto é possível assumir estas transformações, considerando o facto de a crise na indústria da música se ter tornado mais prejudicial para grandes empresas e grandes estruturas do que para os pequenos edi-

tores, presumindo que as suas características em termos de estrutura organizacional (mais pequena e flexível) estariam também mais bem preparadas para responder aos desafios dos novos mercados, bem como tendo em consideração o seu espírito mais inovador e a maior capacidade de serem criativas e capazes de gerar e atender a novas situações de mercado (veja-se, a este propósito, por exemplo, Benhamou 1996; Caves 2000). Neste quadro emergem dois eixos explicativos possíveis, e complementares, para explicar este fenómeno: por um lado, o fortalecimento de editoras e artistas independentes, que viram na internet e na consequente destituição dos DPI uma maneira de melhor atingir os seus públicos e de promover os seus catálogos e músicas; por outro lado, a consolidação de um novo *hype* nos modelos de produção musical em torno dos artistas e das editoras independentes, que tem ajudado o *marketing* desses artistas, e o desenvolvimento de segmentos de mercado dinâmicos. Esta última questão pode ser bastante delicada, considerando o facto de ela poder ser facilmente (mal) entendida numa dupla perspectiva: música independente como género musical?, ou música independente considerando a sua filosofia organizacional e funcional?

Contudo, a pesquisa lançada para sustentar uma definição estável deste conceito de música independente tem representado uma tarefa relativamente complexa e sem grande sucesso, razão pela qual parece inevitável estabelecer um ponto de partida em relação a alguns conceitos básicos. O ponto de partida será a definição de que é possível aceder na popular e muito conhecida enciclopédia *online* Wikipedia, que apresenta uma definição que em última análise, reflecte as perspectivas apresentadas anteriormente:

[...] é um termo usado para descrever géneros, cenas, subculturas, estilos e outros atributos culturais na música, caracterizados pela sua independência em relação às grandes editoras comerciais e pela sua abordagem autónoma, do género «faça você mesmo» à gravação e à publicação.

Não é nosso propósito alargar-nos aqui sobre este debate quanto ao que é ou não é música independente (*indie*). Ainda assim, é necessário questionar, ou mesmo recusar, a ideia de música *indie* como uma simples definição de um género musical específico, pelo menos considerando o contexto do presente capítulo e os seus principais objectivos. A ideia subjacente à primeira parte da definição anterior conduz-nos a uma definição mais simbólica de música independente. Por outro lado, a segunda parte da mesma definição desloca-se muito mais em direcção às nossas intenções neste artigo, isto é, assume a música independente como sendo algo caracterizado por ter esquemas de operação distintos dos das editoras *majors*,

e por se caracterizar pela produção de música que não está enquadrada nos contextos *mainstream*, diferenciando-se dos objectivos comerciais das grandes editoras. Portanto, assumimos esta última concepção, não tratando este conceito como um género musical, mas antes como um modo de organização da produção artística que se estabelece nas margens dos principais mecanismos de promoção da música comercial orientada para o público de massas.

Conforme nota Neves (1999), a produção independente pode ser entendida como uma opção ou como um recurso face à falta de interesse das editoras. No fundo, representa suportar todos os custos de produção e riscos económicos relacionados com os investimentos respectivos.

Ainda assim, é importante notar que, apesar da aparente fragilidade do sector independente, ele tem revelado algumas dinâmicas interessantes no panorama musical, mostrando a sua eficiência organizacional na promoção e no envolvimento de algumas das mais importantes bandas e carreiras musicais.<sup>2</sup> Os fenómenos *hype* têm-se tornado mais significativos, com alguns exemplos paradigmáticos que surgiram na «esfera» independente. Na próxima secção tentaremos explorar algumas razões para o sucesso do negócio da música independente.

## Motivações e novos arranjos institucionais no *cluster* da música

### *Uma nova forma de produção intelectual*

Como já referimos, os direitos de autor no sector da música estão hoje sob o ataque de uma miríade de *software* de partilha de arquivos *peer-to-peer* (por exemplo, Kazaa, Soulseek) que permitem ao utilizador partilhar os seus arquivos de música e de vídeo cada vez mais uns com os outros. Ao mesmo tempo, esta tecnologia impulsionou o consumo destes bens, já que o seu custo é muito mais baixo (uma conexão de internet banda larga e, eventualmente, um CD em branco) comparando com o custo médio de 12 dólares de um CD. Estes programas permitem uma forma de distribuição não mercantil distinta da pirataria orientada para o lucro que está profundamente enraizada nas práticas sociais. Isso pode parecer um paradoxo: a internet impessoal e anónima pode funcionar

---

<sup>2</sup> Artistas, por exemplo, como os Artic Monkeys, Arcade Fire ou Clap Your Hands Say Yeah, são classificados como *indie*, tendo em conta a música que produzem e publicam por etiquetas independentes.

como um local para a construção de comunidades fortes, mas as comunidades de partilha de arquivos, ao contrário da percepção do senso comum, desenvolvem regras e punições fortes, em aspectos como a obrigação de partilhar arquivos (e não só fazer *download* dos mesmos), a fiabilidade de tais arquivos, ou o afastamento de utilizadores *free-rider*. A construção desta comunidade é claramente ajudada pela perseguição de utilizadores por organizações como a RIAA (Record Industry Association of America), já que estratégias de defesa contra as acusações são colectivamente discutidas e alcançadas. É difícil avaliar se a actual ofensiva contra a partilha de *software peer-to-peer* e estas comunidades será bem sucedida num futuro próximo, mas as perspectivas não são brilhantes. A breve história desta batalha mostra que o fim de *softwares peer-to-peer* específicos (Napster, Audio Galaxy) e a introdução de tecnologia anti-cópia têm sido facilmente resolvidos por esta comunidade.

Mais interessante do que esta nova forma (ilegal) de distribuição, é a introdução de reformas nos direitos autorais através da Creative Commons, cujo objectivo é permitir a partilha e reutilização legal de bens culturais. Os autores aderentes à Creative Commons prescindem de alguns direitos sobre os seus trabalhos mas ainda podem garantir a sua autoria e integridade. Esta é então uma solução que fica a meio caminho entre o rigor dos direitos de autor e o domínio público. Existem várias licenças a partir das quais os autores podem escolher proibir os usos comerciais ou derivados das suas obras. Cada vez mais integrado nas legislações nacionais, a Creative Commons tem registado um aumento exponencial atingindo 140 milhões de licenças emitidas até Julho de 2006.

Com ganhos pecuniários directos excluídos deste modelo de direitos de propriedade intelectual, o raciocínio que está por trás deste dispositivo é uma profunda reforma ideológica dos direitos autorais. Reconhecendo primeiro a inevitabilidade de ficar «de pé sobre os ombros daqueles que vieram antes», os novos autores são motivados pelas espectaculares possibilidades engendradas pelas novas tecnologias que permitem a difusão do seu trabalho na criação de um espaço público democrático onde eles têm:

[...] uma oportunidade para um estímulo enorme e sem precedentes da sua criatividade e produção de conhecimento. À medida que mais e mais pessoas estão interligadas e em comunicação, torna-se mais fácil obter exactamente o conteúdo de que alguém necessita ou que deseja e para concluir tarefas e solucionar problemas através da cooperação que esta interligação torna possível. A convergência de tecnologias e meios de comunicação também cria múltiplas novas possibilidades para criar derivações de obras já existentes, por exemplo, *remixes* e *mash ups* (creative commons.org).

Considerando as observações feitas anteriormente sobre as novas perspectivas em torno da autoria e dos direitos de autor na nova era da internet, parece relevante questionar os seus impactos sobre a produção musical. Como tivemos oportunidade de referir anteriormente, o vasto mundo de possibilidades trazidas pelos avanços tecnológicos e a banalização dessa tecnologia permitiu um grande acesso a todos à criação de música.

Além disso, o fenómeno do acesso à Internet e o novo paradigma de democratização da música aliados aos desenvolvimentos da tecnologia electrónica e informática permitiram o acesso à gravação multipistas e a equipamentos de estúdio a baixo custo, com um duplo efeito sobre a produção de música: a proliferação de estúdios caseiros com uma qualidade de gravação bastante razoável; e o declínio dos custos das sessões de gravação em estúdios profissionais. Assim, juntando-se ao fenómeno da crescente popularidade pelo acesso via internet, os artistas independentes têm agora duas ferramentas essenciais: capacidade de produção para materializar as suas obras musicais e capacidade de acesso ao mercado e à livre disseminação e promoção da sua música. Será possível relacionar a presente crise da indústria musical, para além da crescente concorrência das novas ofertas de entretenimento (por exemplo, DVD, jogos de vídeo), com a emergência deste novo modo de produção «livre» muito próximo da *peer-production*, onde produção e distribuição podem ser virtualmente livres.

### *Que motivações?*

Parece-nos que o problema em torno do estatuto da produção intelectual na esfera económica, tanto em geral como no caso particular da produção musical, não é só a questão da sua viabilidade mas também a da sua desejabilidade. A produção intelectual pode ser mercantilizada e a criação de novos mercados é agora uma realidade. É certo que os mercados foram criados por um processo artificial, legal, mas isso não é um fenómeno novo na história do capitalismo. Na verdade, o que o debate em torno dos direitos de propriedade intelectual mostra é a discussão sobre quais são e quais devem ser os pressupostos para as motivações individuais (ou colectivas) associadas à criação intelectual. Aqueles que defendem os direitos de propriedade tendem a desenvolver uma abordagem na qual os incentivos pecuniários prevalecem sobre outro tipo de motivações – os direitos de propriedade são a única garantia para assegurar a recompensa monetária para o esforço colocado na criação.

No entanto, hoje a economia experimental e comportamental tem demonstrado a importância de outras motivações que não apenas o auto-

-interesse na esfera económica (Ostrom 2000). Foi somente em meados da década de 1990 que esses estudos empíricos começaram a ter uma base teórica na teoria económica, através do trabalho seminal de Bruno Frey (1997) sobre o efeito de *crowding-out*. Esta teoria começa com a distinção entre motivação intrínseca e extrínseca. A primeira associa-se a todas as formas de motivação envolvidas quando uma determinada actividade é realizada para a satisfação de uma necessidade imediata. Sendo que não há recompensa externa, indirecta, essa satisfação pode ser o resultado de dois mecanismos psicológicos diferentes: baseados no prazer ou baseados na obrigação. Os mecanismos baseados no prazer referem-se a fluxos de satisfação concedidos por uma actividade como jogar um jogo ou cumprir uma tarefa desafiadora sem recompensa externa. Os mecanismos baseados na obrigação referem-se à busca de metas autodefinidas ou obrigações definidas por normas pessoais e sociais, como, por exemplo, moral fiscal ou ética ambiental (Frey 1997). No caso da motivação extrínseca, uma actividade é realizada a fim de satisfazer as nossas necessidades indirectamente, geralmente envolvendo recompensas monetárias, mas podendo também assumir outras formas, como a confiança nos efeitos da reputação, que podem servir como dispositivos de sinalização no mercado de trabalho, ou como a promoção de controlo externo sobre a actividade individual (monitorização). Frey explicou que as motivações intrínsecas poderiam ser erodidas pela promoção das motivações extrínsecas (geralmente pecuniárias). A transformação das relações sociais decorrente desta promoção pode então induzir um efeito global de ineficiência. As motivações intrínsecas são então alvo de *crowding out* pelas extrínsecas. Se este efeito de *crowding out* se mantiver, o oposto de uma das leis mais fundamentais da economia pode então ser observado: o aumento de incentivos monetários pode reduzir, em vez de aumentar, o esforço (Frey e Jegen 2001). Assim sendo, a teoria económica é hoje forçada a reconhecer e integrar esta possibilidade no seu quadro conceptual microeconómico. Esta é uma necessidade sublinhada pela abundante evidência empírica destacada na última década, mostrando que este efeito está longe de ser uma excepção improvável aos comportamentos esperados.

A importância da grelha de motivações intrínsecas é claramente enfatizada quando nos referimos à produção intelectual. A existência de outras motivações para além do auto-interesse é aqui crucial. Como Yochai Blencker (2006) afirma:

Education, arts and sciences, political debate, and theological disputation have always been much more importantly infused with nonmarket motivations

and actors than, say, the automobile industry. As the material barrier that ultimately nonetheless drove much of information environment to be funneled through the proprietary, market based strategies is removed, these basic non-market, non-proprietary, motivations and organizational forms should in principle become even more important to the production system (p. 4).

Além disso, esta discussão introduz a questão da livre expressão dos autores e do condicionamento do génio criativo. Não é nossa intenção defender aqui a ideia de que os artistas *mainstream* produzem a sua música com base nas expectativas de vendas no mercado. No entanto, é impossível não dar conta de que uma relação contratual com uma grande editora representa um factor de forte pressão sobre a liberdade de expressão criativa, bem como as expectativas sobre as vendas e o mercado. Este elemento do mercado cultural é muito importante considerando o facto de que representa um factor bastante instável e imprevisível (Caves 2000). Estas dinâmicas acabam por restringir as novas carreiras. As *majors* tendem a investir em bens culturais que representem o risco mínimo de perda possível e que garanta vendas atingindo um grande público, promovendo assim a viabilidade de toda a estrutura envolvida em todo o processo desde a gravação à distribuição. A habilidade e a capacidade que as *majors* têm de promover os artistas é essencial para gerar procura, curiosidade, ou mesmo (no melhor cenário) para criar um *hype* em torno das bandas (artistas). É expectável portanto que a concentração de investimento (em produção e em promoção) num número cada vez menor de títulos «seguros» represente uma parte crescente do mercado (Caves 2002; Benhamou 1996).

Assim, é possível afirmar que a produção independente não tem como alvo primordial as grandes audiências ou os mercados de massas, mas pelo contrário está mais focada na exploração de mercados minoritários ou de nicho, muitas vezes baseados em ou associados a subculturas. A motivação para a criação é, portanto, neste caso da música *indie*, maioritariamente de carácter intrínseco, guiada sobretudo por motivos não pecuniários. Isto não implica a inexistência de motivações extrínsecas. O prescindir dos DPI neste quadro pode ser entendido como o caminho para uma maior divulgação e publicidade, a qual se traduzirá em mais concertos e portanto em mais dinheiro.

No que concerne à influência dos direitos de propriedade na criatividade no sector da música, é possível argumentar que a legislação de direitos de autor tem diferentes efeitos sobre a produção musical e na criatividade; pelo menos, se os lados em oposição forem a música *mainstream* e a música

independente. Será certamente posicionar-nos em terreno escorregadio o afirmar que existem diferentes tipos de criatividade na produção musical – e o terreno torna-se ainda mais incerto quando relacionamos a regulamentação dos direitos de autor com motivações criativas intrínsecas.

É necessário notar que se tornou cada vez mais evidente a relação entre as agências de gestão de direitos autorais, os *majors* e um número bastante reduzido de estrelas da indústria da música. Todos, do lado das indústrias *mainstream* têm muito a ganhar com as vendas de discos e muito a perder com a pirataria na internet, por exemplo. Essa relação é crucial para entender uma possível perspectiva sobre como as leis de direito de autor geram comportamentos diferentes nestes dois tipos de lógicas de produção musical. Se por um lado a música *mainstream* tende progressivamente a fechar-se mais e desenvolve uma campanha bastante agressiva contra a partilha de arquivos gratuitos na internet, por outro lado, a produção independente não tem muito a perder com a partilha livre.

Os lucros gerados pelos direitos de autor são muito mais significativos para as grandes editoras da indústria e os superartistas e tendem a compensar grandes sucessos. Assim, se por acaso é possível controlar o sucesso de uma produção musical junto de grandes audiências, a música pode ser produzida considerando o nível de familiaridade de uma determinada canção, por exemplo, e isso permite minimizar o risco de fracasso, mas também o nível de inovação e o factor surpresa.

Um criador independente não está normalmente preocupado com o quanto vai recuperar pela via dos rendimentos resultantes dos direitos de autor, e tende a ser mais experimental e descomprometido na sua produção musical e até mesmo eventualmente a suportar todos os investimentos necessários para criar uma obra-prima.

## **A criação de valor nas actividades criativas e os *gatekeepers***

### ***Gatekeepers e criação de valor na indústria da música***

Nesta secção, o nosso objectivo é discutir a relação das mudanças na indústria musical analisadas nas secções anteriores com os processos de mediação fundamentais na produção e no consumo desses bens, bem como os desafios específicos que são agora colocados aos *gatekeepers* (ou mediadores culturais), evidenciando o seu papel crucial na construção do valor simbólico (e, consequentemente, do valor económico) no *cluster* cultural.

Os *gatekeepers* da cultura, que nesta indústria podem ser, por exemplo, os críticos ou os *media* (avaliando, promovendo, filtrando *quem e o que* ouvir e ver), os editores, os programadores ou mesmo os assistentes de loja (escolhendo o que pode ser visto e ouvido, quando e como), os agentes e os promotores de concertos (colocando os seus esforços em alguns projectos e não noutros, medindo o pulso ao mercado), todos eles são agentes fundamentais nesta actividade. Isto tem sido tradicionalmente assumido pela economia e pela sociologia da cultura, na medida em que todos eles desempenham papéis importantes na filtragem, selecção, provisão e gestão de informação, e na ligação e relação entre oferta e procura cultural.

Alguns deles, nomeadamente as grandes editoras e alguns *media*, têm sido recentemente notados como extremamente activos na defesa dos direitos de propriedade intelectual, mesmo mais que os próprios artistas, o que parece indicar que os seus interesses e motivações específicos podem ser relevantes e, provavelmente, são subestimados nos debates sobre a propriedade intelectual e sobre as actuais mudanças estruturais na indústria da música. Como se viu nas secções anteriores, isto acontece essencialmente nas áreas da indústria mais estruturadas e sobretudo nos casos das *majors* e dos artistas de renome, mais do que em edições independentes e em novos autores.

Este cenário está em parte relacionado com as especificidades das actividades criativas e com os mecanismos específicos que enraízam os seus processos de produção e provisão, incluindo o importante papel aí desempenhado pelos *gatekeepers*. Uma boa maneira de perceber este assunto é utilizar a análise de Richard Caves (2000) sobre as indústrias criativas, e a enunciação das particularidades dessas actividades feita por este autor. Pelo menos três das sete propriedades que são identificadas e sistematizadas por Caves (como particulares e distintivas nestes bens em relação aos outros bens económicos) podem ser referidas como cruciais, a fim de compreender o papel fundamental dos intermediários culturais nas indústrias culturais em geral e na indústria da música em particular.

A primeira delas é a *infinite variety property* dos bens criativos. Num contexto de incerteza e de falta de informação real sobre o bem ou o serviço cultural a consumir (antes de o «experimentar») as pessoas – tanto no lado da procura como no da oferta – precisam de alguma selecção entre a enorme variedade de bens por onde podem escolher. Pela sua própria natureza, os produtos criativos são diferentes uns dos outros, e mesmo que o autor seja o mesmo, e o consumidor já tenha gostado do seu trabalho prévio, nada garante que ele vá gostar mais uma vez desta sua nova

criação (particularmente se ela for de facto inovadora e criativa...). Os consumidores não podem aceder a todos os produtos, e não têm informações sobre todos eles; precisam de alguém, em quem possam confiar (ou em quem estão habituados a confiar ou em quem aprenderam a confiar), para lhes «dizer» o que é bom, do que eles gostarão, ou o que poderão eventualmente preferir, com base nas suas experiências anteriores, por exemplo. Os *gatekeepers* culturais preenchem esta necessidade, em vários domínios (críticos, editores, programadores, *playlists* de rádio, etc.), tanto no caso dos mercados mais generalizados e de massas, como em domínios alternativos específicos.

A segunda é a *A list/B list property*. A indústria (em particular as *majors* e os mercados mais estruturados, mas também agentes e nichos de mercados independentes, até certo ponto) encontra uma maneira de reduzir os riscos e promover a eficiência económica, concentrando esforços, investimentos e fluxos promocionais numa pequena percentagem de autores e produtos, que são relativamente hipervalorizados em comparação com todos os outros. Estes produtos e títulos da *A list* são os que estão simbolicamente e/ou economicamente mais valorizados, num mercado ou mundo da arte específico (embora o referencial de avaliação possa variar muito de consumidor para consumidor, e de produto para produto, e possa estar mais centrado, por exemplo, na distinção social que esse bem ou obra oferece, na identificação com o grupo ou subcultura de pertença, ou na legitimação pelo mercado, por exemplo). Obviamente, isto leva a um processo cumulativo que tende a reforçar os investimentos e os esforços nos activos mais seguros (autores, intérpretes, estilos de música), a fim de reduzir os riscos económicos, particularmente no caso das *majors* e das edições mais *mainstream*, o que tende a promover a assimetria nos preços e nas remunerações dentro do *cluster*. Isso resulta numa extra (sobre?) valorização e promoção de alguns bens, artistas, técnicos, intérpretes, competências, em relação a outros, permitindo reduzir os riscos e assegurar mais facilmente a rendibilidade, reduzindo a incerteza dos investimentos, com o aumento progressivo de gastos massivos na promoção, na imagem e no reforço simbólico de «marcas» específicas. O investimento em autores mais legitimados e reconhecidos, por exemplo (e o apoio ao *star-system*), embora muito mais caro, pode garantir imediatamente o retorno para o investimento que é feito, especialmente com o peso cada vez maior do *marketing*, da promoção e da construção simbólica no valor acrescentado destes produtos. O papel do *gatekeepers* é também evidente aqui. Eles são o nó fulcral no processo de legitimação simbólica de todas estas pessoas e produtos, e na construção e manutenção das convenções que suportam

o seu prestígio (seja num vasto mercado generalista ou num segmento muito específico, independente ou *arty*).

Em terceiro lugar, a *nobody knows property*. A incerteza acerca do sucesso de um bem cultural é muito grande e tem de ser assumida, do lado da oferta, pelos promotores que suportam o projecto de produção económica e, do lado da procura, pelos consumidores que estão sempre confrontados com um único, novo, e, potencialmente «inovador» produto criativo. Mas a incerteza pode ser minimizada. Isto leva a comportamentos (particularmente dos grandes investidores, como, por exemplo, as *majors*) que tendem a minimizar os riscos e a tentar reduzir essa incerteza tanto quanto possível. Com a exploração de mercados mais «seguros» (e, eventualmente, menos «criativos»), e grandes investimentos em promoção e em valores simbólicos massificados, esta incerteza pode ser reduzida e o risco do investimento pode ser previamente minimizado. Se o produto é semelhante ao que as pessoas já conhecem, ou se está mais próximo de esquemas, símbolos ou processos que já foram testados pelos consumidores culturais, será mais fácil obter sucesso. Os *gatekeepers* culturais (na promoção de produtos, no lançamento e na consolidação de novas tendências e *hypes*, na forma como proporcionam educação e formação, no *feedback* que dão aos autores sobre os seus produtos – por exemplo, *media*, programadores, editores, mas também professores ou artistas distinguidos, nalgumas áreas) podem ter também aqui um papel relevante. Por exemplo, nos diferentes mercados (mais *mainstream* ou mais elitistas), eles podem adoptar os processos de produção e consumo a fim de fornecer informação ao mercado, legitimar opções, e filtrar e seleccionar os bens ou artistas mais susceptíveis de serem apreciados por certos mercados específicos. Eles podem também formar e condicionar o «gosto artístico» ou as «escolas de pensamento» cultural que afectam a criação cultural e estruturam os processos económicos de produção, distribuição e consumo.

Tudo isso nos leva ao papel fundamental que desempenham os processos de mediação, de construção de convenções, e a actuação dos *gatekeepers* nessas indústrias. Estes agentes são fundamentais na redução da incerteza e na garantia e certificação da qualidade artística. Eles têm o lugar mais importante num processo de criação de valor (e isto é, também, criar valor económico) nos bens criativos – eles são os que fazem a reputação de uma obra de arte ou de um artista (seja no caso dos estatutos reconhecidos pelos mercados de massas e pelas pessoas comuns, seja no de reputações específicas e mais elitistas, reconhecidos por poucos, em mercados específicos e em certos mundos da arte especializados). Os símbolos que eles ajudam a construir (e as convenções que estão por trás deles) têm um

papel cada vez maior na cadeia de valor desses produtos e ajudam a construir ou a destruir reputações (e valor simbólico), que são, assim, um nó fundamental no valor desses produtos. A legitimação de artistas e produtos permite criar e ampliar o valor que é inerente aos direitos de propriedade intelectual do criador em si mesmo.

Isto é particularmente importante num contexto de consumos culturais que são unanimemente reconhecidos como sendo baseados num percurso evolutivo (*path dependency*), como é verificado pela adictividade destes consumos. Com efeito, o consumo cultural depende da acumulação de um *stock* de «capital cultural», que é aumentado pelos consumos culturais: aprende-se a consumir cultura, e quanto mais se melhora o consumo cultural, mais o consumidor vai pedir mais e melhores produtos culturais. A aprendizagem cumulativa nestes consumos e a noção de capital cultural são reconhecidos e estão muito bem documentados, como tem sido constantemente observado nas histórias da sociologia e da economia da cultura (por exemplo, Benhamou, 1996; Towse 2003; Throsby 2001; Caves 2002).

Mais ainda, isto acontece num contexto de «mundos da arte» (Becker 1982) socialmente bem definidos. O trabalho artístico e criativo acontece em palcos sociais específicos, não raras vezes relativamente fechados ao seu exterior, onde a legitimação (ou múltiplas legitimações cruzadas) ocorre(m). A entrada nesse mundo da arte, bem como o reconhecimento do valor, estão intimamente dependentes de uma miríade de *gatekeepers* e processos de *gatekeeping*. A legitimação do artista num dado mundo de arte, por meio do mercado, aos olhos de seus pares, ou em qualquer outra escala de reconhecimento, está dependente deles. O seu peso e o seu valor (e até mesmo o auto-reconhecimento dos próprios artistas) são definidos pela sua aceitação por este «mundo da arte», seja, nalguns casos, um vasto mercado de massas, onde a legitimação é amplamente partilhada, seja, noutros casos, um grupo mais exclusivo e elitista, onde o reconhecimento é apenas partilhado pelos *happy few* que têm o capital cultural específico que é necessário para a compreensão e a fruição desse trabalho artístico.

O papel dos *gatekeepers* culturais será, portanto, fundamental em tudo isto. Por um lado é crucial na estruturação da oferta. Isto verifica-se a vários níveis: a formação que fornecem aos jovens artistas direcciona-os para competências estéticas ou técnicas específicas; os *gatekeepers* são essenciais na entrada dos artistas no mercado, tornando-os conhecidos, inserindo-os no mundo da arte, onde a sua actividade se irá desenvolver, dotando-os dos contactos e do capital social essencial para a sua afirmação; eles editam, mostram e promovem o resultado da sua criação, numa relação

peculiar que vai evoluindo ao longo do tempo, à medida que o seu poder negocial evolui<sup>3</sup> e que as suas motivações e posições nos diferentes mercados se modificam.

Se pensarmos nas lógicas complexas que estruturam a maior parte da criação e da produção cultural nas indústrias culturais contemporâneas, centradas em actividades baseadas no projecto e em processos de produção associados à especialização flexível, com a consequente importância da aglomeração territorial (Scott 2000), a relevância desta mediação é também evidente. O papel dos *gatekeepers* é fundamental na difusão de informação, *know-how*, e até mesmo inovação, e, mais importante, no fazer notar, conhecer e reputar todos os artistas, técnicos, produtores e assim por diante, que estão disponíveis para trabalhar nesse mercado e que podem ser mobilizados para um projecto específico. O conhecimento das suas competências, dos seus *backgrounds*, dos seus perfis, e a difusão dos mesmos através de um mundo da arte específico é um factor-chave que agiliza o funcionamento dos sistemas de produção flexíveis, que estão na base da produção de conteúdos nestas indústrias.

Finalmente, os *gatekeepers* e os processos de intermediação também são inevitáveis no estabelecimento e na consolidação das convenções e grelhas de legitimação, que poderão ser percebidas e reconhecidas por públicos mais amplos. Isso permite a institucionalização das convenções acerca do valor dos artistas e dos produtos, que podem ser compartilhadas por especialistas e não especialistas, promovendo o poder destes mecanismos de mediação. Por exemplo, se pensarmos nos óscares da academia ou nos prémios dos principais festivais (no caso do cinema) ou nos vários prémios da indústria musical, ou nas *top lists* mais diversas (mas também no marcá-las pela associação a listas específicas – por exemplo, programas de rádio ou *gatekeepers* específicos) na indústria da música, vemos a grande importância de tudo isto nos processos de selecção, filtragem e fornecimento de sinais e informações para os consumidores (mais uma vez, para os diferentes tipos de mercados, onde as características serão diferentemente valorizadas, desde os mais independentes e artísticos aos mais *mainstream*, centrados na legitimação do mercado – por exemplo, resultados de vendas, ou receitas de bilheteira).

Por outro lado, o papel dos *gatekeepers* na estruturação da procura é também da maior relevância, por tudo o ficou dito antes. Eles são os que se-

---

<sup>3</sup> De início, o artista é claramente dependente do *gatekeeper* e do seu prestígio e poder, mas depois, progressivamente, à medida que vai sendo (re)conhecido e legitimado pelo mundo da arte respectivo, passa a ser o *gatekeeper* que beneficia da manutenção da relação com o artista de renome.

leccionam, programam, filtram, certificam, dão informação ao consumidor; pré-visionam e têm o poder de escolher, testar, seleccionar e adaptar o produto aos mercados. É claro que outros processos de mediação se podem desenvolver aqui: se pensarmos nos grupos de fãs, *buzzes*, ou cenas que marcam a indústria da música, por exemplo, ou em todas as subculturas que geralmente estão ligadas aos consumos musicais, especialmente se assumirmos que os consumos culturais são claramente consumos socialmente determinados,<sup>4</sup> como vários autores clássicos têm defendido tanto na área da sociologia como na da economia da cultura. Às vezes as pessoas consomem porque se pretendem identificar com o grupo ou a sociedade a que pertencem, ou com algum grupo específico, mas às vezes consomem porque se querem diferenciar e distinguir em relação a um grupo social específico. Noções como as de «consumo conspicuo» de Veblen ou «distinção social» de Bourdieu têm de ser assim necessariamente tidas em conta quando se pensa na procura cultural, e os *gatekeepers* têm obviamente também uma contribuição aqui, na vida quotidiana de todos nós.

Em suma, este papel dos *gatekeepers* parece ser de grande importância, articulando e estruturando tanto oferta como procura, e isto independentemente de centrarmos a nossa análise na música *mainstream* ou na independente. No entanto, os processos de *gatekeeping* específicos são diferentes e as motivações dos artistas e dos *gatekeepers* podem ser muito distintas, como temos vindo a notar através desta análise: por exemplo, as convenções formais e informais que estruturam o valor simbólico dos bens culturais e dos artistas podem ser definidas em torno da partilha de conhecimento com um universo alargado de pessoas, ou podem ser, pelo contrário, estruturadas pela oposição a esses valores massificados e pela construção de uma diferença ou de uma distinção que só seja partilhada por poucos.

## Mudando as formas de mediação?

Assumindo tudo isto e reconhecendo o papel fundamental dos *gatekeepers* e dos processos de mediação na provisão e consumo dos produtos criativos, como podemos então relacioná-lo com as contemporâneas mudanças de paradigma que descrevemos nas secções anteriores? E como podemos ligar isto às motivações dos diversos tipos de agentes envolvidos?

---

<sup>4</sup> Tal como todos os consumos «económicos» deviam ser também vistos, embora aqui de forma ainda muito mais directa, evidente e vibrante.

A nossa ideia-chave sobre isto é que os processos de mediação não tendem a ser eliminados e restringidos, antes tendem a tornar-se mais importantes e fundamentais, à medida que estas mudanças vão acontecendo. Na verdade, apesar de potencialmente termos todas as músicas disponíveis num terminal com acesso à internet, o facto é que elas não são igualmente acessíveis para cada consumidor e que não haverá nunca igualdade de condições de acesso para todos os consumidores, pela própria natureza destes produtos e pelo crescimento das condições de acesso ao mesmo.

É claro que as condições de acesso directo não são semelhantes (as condições tecnológicas não estão disponíveis em todos os pontos do espaço, as pessoas têm diferentes restrições orçamentais, diferentes competências para trabalhar com elas), mas mesmo que assim não se fosse, estes consumos também não tenderiam a ser semelhantes. As pessoas têm diferentes *stocks* de capital cultural, diferentes competências e capacidades para descodificar os conteúdos artísticos, e o crescimento exponencial do acesso aos produtos culturais, por si só, não redefiniria directamente os seus padrões de preferência nem estimularia todos os tipos de consumos de bens culturais. As pessoas ficariam cada vez mais «perdidas», sem referências, sem saber como escolher, para onde olhar, enfrentando um mar crescente de conteúdos culturais, a uma distância de um clique nos seus computadores, televisores ou aparelhos de áudio. Então, os *gatekeepers* são cada vez mais cruciais para filtrar, seleccionar, organizar, reinterpretar a informação e para a transmitir ao potencial consumidor, partindo de uma oferta ainda mais ampla e diversificada de novos produtos e artistas.

Mas evidentemente há espaço para o desenvolvimento de novos espaços de intermediação, novos processos de *gatekeeping*, e outras formas de articular a oferta e a procura na indústria musical. Vários exemplos têm sido notados nos últimos anos, como já aconteceu anteriormente ao longo da história, quando se alteravam as condições técnico-económicas de provisão desses bens. Assistimos ao desenvolvimento de novos motores de pesquisa e ferramentas de provisão *on-line*, que se adaptam às exigências dos consumidores e são progressivamente personalizadas; comunidades virtuais organizam-se em torno de interesses mais gerais ou específicos, incluindo a música, é claro; blogues são usados para disseminar informação e alguns deles são tão legitimados, para determinados consumidores, como um *gatekeeper* convencional dos *media* seria; novos mecanismos de promoção e estratégias de *marketing* são colocados em prática, aproveitando o potencial destes novos *media* bem como as mudanças de hábitos dos consumidores. Em tudo isto, a intermediação ainda é a chave, e novas

oportunidades surgem aqui, algumas delas aproveitadas pelo mercado, outras desenvolvendo-se com base noutras formas de regulação.

Por exemplo, se considerarmos a página Web «oficial» de um artista, um blogue de um crítico ou jornalista de renome, uma página no MySpace, ou mesmo um perfil pessoal numa comunidade virtual (remetendo para as preferências pessoais e as referências culturais do seu titular), todos eles estão a desempenhar o papel que os tradicionais *gatekeepers* culturais costumavam executar. É claro que o seu grau de legitimação junto do utilizador comum pode ser muito diverso, e que o seu poder de influência é substancialmente diferenciado (criando até mesmo espaço para novos mercados de intermediação...), mas isso é o mesmo que, em menor grau, ocorria em outros processos de mediação. Da mesma forma, se observarmos, por exemplo, o Amazon, o E-bay ou outros retalhistas culturais *on-line*, notamos também o refinamento dos processos de intermediação e a articulação entre procura e oferta, pela adaptação do processo de venda e da plataforma ela própria ao cliente, tentando adaptar-se e personalizar-se com base nos seus gostos e históricos de pesquisas anteriores. Mesmo os motores de busca (incluindo os que são especializados na música ou noutros *downloads* de conteúdos culturais), pela sua própria natureza, tendem a promover e seleccionar alguns conteúdos (mais populares) em detrimento de outros, assumindo uma filtragem e um processo de selecção.

Em todos estes processos, sem dúvida, os *gatekeepers* culturais geram valor: eles adicionam valor aos produtos culturais e aos artistas. Mas o que é que eles ganham com isso? Para alguns deles será evidente que haja motivações económicas na sua acção, e resultados directos da mesma (por exemplo, quando um editor ou uma loja *on-line* traça perfis individuais para fins de *marketing*), mas outros podem ter motivações de carácter mais intrínseco, de uma perspectiva cultural ou artística. Por exemplo, a maioria dos *links* de música em páginas *web* pessoais ou de grupo (por exemplo, no MySpace) são adicionados pelos seus utilizadores como forma de expressão cultural ou identitária ou como parte de um perfil pessoal. Eles não beneficiam directamente disso, em termos económicos, mas apenas no campo da sua satisfação pessoal e das motivações intrínsecas.

Assim, é de certa forma estranho que o debate sobre as mudanças na indústria da música tenha sido polarizado apenas na questão dos direitos de propriedade intelectual. É claro que isso cria valor e que parte desse valor era tradicionalmente potenciado (e multiplicado) através dos processos de intermediação tradicionais, nos quais os *gatekeepers* desempenham um papel importante. Agora, que a desmaterialização dos processos de provisão e distribuição questiona o tradicional papel de alguns desses

intermediários (particularmente as editoras), será natural que eles sejam uma das partes mais interessadas na defesa dos direitos de propriedade intelectual, visando manter o controlo de algo que possa gerar esse valor, num contexto em que a sua função tradicional parece ser cada vez mais dispensável e obsoleta.

O seu papel como produtores de um bem físico tangível pode estar a chegar ao fim, mas eles têm o potencial e os recursos para manter um papel fundamental nesta indústria. Eles têm sido os produtores e guardiões de símbolos, *buzzes* e tendências, ao longo dos anos, tanto nos mercados *mainstream* (com investimentos cada vez maiores em *marketing* e promoção) como nos nichos de mercado independentes. Se se querem manter no negócio, precisam de explorar este potencial e de apostar em outras dimensões dos processos de *gatekeeping*, em paralelo com uma quantidade crescente de pequenos agentes e processos difusos que, todos os dias e em toda parte, vão sendo assumidos e legitimados como *gatekeepers*, e se encontram também filtrando, seleccionando e promovendo, junto de uma cada vez maior diversidade de consumidores diferenciados, os conteúdos musicais.

Na verdade, o papel desses agentes na construção do valor, a sua contribuição para adicionar valor a um conteúdo cultural, é muitas vezes subestimado e parece ser mantido substancialmente longe do debate sobre os direitos de propriedade intelectual. Provavelmente, necessitamos de uma abordagem muito mais integrada na análise destas questões e de uma mudança de foco dos DPI para outros aspectos fundamentais na criação de valor nos conteúdos culturais.

## Nota conclusiva

Neste capítulo procurámos analisar as implicações da ofensiva dos DPI e dos contramovimentos com ela relacionados no *cluster* da música, em vários domínios que vão desde as motivações dos músicos aos efeitos entre os *gatekeepers* culturais. Esta dupla tensão sobre os DPI é cada vez mais evidente em todas as diferentes esferas da indústria da música, desde os diversos agentes envolvidos na cadeia de produção até à esfera do consumo, com resultados assimétricos e com reacções por parte de dois mundos musicais completamente diferentes. Enquanto a esfera de produção *mainstream* (e todos os agentes relacionados) tende a ser bastante agressiva em relação à nova filosofia de partilha gratuita de arquivos, os produtores e criadores independentes continuam a explorar as potencialidades do mundo digital em rede.

Estava fora do âmbito deste capítulo avaliar como será o futuro do *cluster* da música. No entanto, a luta que ocorre hoje em torno dos direitos de propriedade intelectual já mostra algumas mudanças nas relações entre os diferentes agentes. Nos dias de hoje, os músicos beneficiam de uma clara alavancagem nas suas negociações com as grandes empresas editoras, dadas as alternativas (baratas) que têm para criar, realizar e distribuir o seu trabalho. Esta nova relação de poder entre as editoras e os músicos pode bem resultar numa partilha mais equitativa das receitas e no crescimento da autonomia criativa.

Embora as alterações estruturais e os desafios tecnológicos estejam a afectar toda a indústria, parece que os agentes mais estruturados e convencionais tendem a registar mais dificuldades, e os independentes dão a impressão de se terem mais facilmente adaptado às mudanças. Isso acontece nos processos de criação e produção, na distribuição, e até mesmo em outros processos de *gatekeeping*. Alguns dos grandes intermediários tradicionais na indústria (como as editoras e os meios de comunicação de massas generalistas) são também os mais afectados por essas mudanças, muito mais do que acontece em franjas independentes, onde novos *gatekeepers* e novas formas de intermediação cultural têm vindo a ser desenvolvidas e aproveitadas de forma eficiente por artistas e estruturas independentes, que ganham vantagem pela sua flexibilidade, menor escala e, sobretudo, menor aversão ao risco.

Os agentes-chave tradicionais têm de se adaptar a novas formas de agir e a um novo paradigma de produção, distribuição e consumo dos bens culturais. O seu papel tradicional na selecção, filtragem e fornecimento de informação e na construção de valor simbólico tem vindo a ser questionado, pelo menos na forma tradicional de o fazerem. Assim, se quiserem manter esse papel, estes agentes terão de se adaptar à nova realidade e jogar com as novas ferramentas.

Naturalmente, isto relaciona-se com a questão da definição dos direitos de propriedade e o debate sobre DPI. Até agora, estes agentes foram dos mais beneficiados pela atribuição dos DPI, o que explica a sua posição como grande defensores dos mesmos. Eles podem ter uma participação fundamental aqui, com os artistas, e têm beneficiado, numa relação bastante simbiótica, da construção e manutenção de símbolos e convenções, trabalhando uma construção mútua de valor acrescentado que aproveita a artistas e a *gatekeepers*. Agora esse esquema está a ser questionado de vários lados e a defesa das posições no mercado tem sido essencialmente feita em torno da questão dos DPI. Mas o papel dos *gatekeepers* na adição de valor aos conteúdos culturais continua subestimado e parece perma-

necer substancialmente desconsiderado no debate em torno dos direitos de autor. Isto conduz-nos à necessidade de uma análise aprofundada destas questões, provavelmente mais focada em outros aspectos da criação de valor, ao invés de assumir que a chave para os problemas associados às mudanças estruturais no sector estaria na questão dos direitos de propriedade intelectual.

## Referências bibliográficas

- Becker, H. S. 1982. *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, Londres: University of California Press.
- Benhamou, Françoise. 1996. *L'Économie de la Culture*. Paris: La Découverte.
- Benkler, Yochai. 2006. *The Wealth of Networks*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Boyle, James. 2003. «The Second Enclosure Movement and the Construction of the Public Domain». *Law & Contemporary Problems*, 33.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Frey, Bruno. 1997. *Not Just for The Money. An Economic Theory of Personal Motivation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Frey, Bruno, e Reto Jegen. 2001. «Motivation Crowding Theory: A Survey of Empirical Evidence». *Journal of Economic Surveys*, 15 (5): 589-612.
- Greffé, X. 2002. *Art et artistes au miroir de l'économie*. Paris: Éditions UNESCO/Economica.
- Maskus, Keith. 2000. «Intellectual Property Rights in the Global Economy». Institute of International Economy. Disponível em <http://bookstore.petersoninstitute.org/bookstore/99.html>.
- May, Chris. 2007. «The World Intellectual Property Organisation and the Development Agenda (Global Insights)». *Global Governance: A review of multilateralism and international organization*, 13 (2): 161-170.
- Neves, José Soares. 1999. *Os Profissionais do Disco. Um Estudo da Indústria Fonográfica em Portugal*. Lisboa: OBS.
- Ostrom, Elinor. 2000. «Collective Action and the Evolution of Social Norms». *The Journal of Economic Perspectives*, 14 (3): 137-158.
- Perelman, Michael. 2003. «The Political Economy of Intellectual Property». *Monthly Review*, 54 (8).
- Scott, Alan J. 2000. *The Cultural Economy of Cities*. Londres, Thousand Oaks, Nova Deli: Sage.
- Throsby, David. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towse, Ruth. 2000. «Copyright and the Cultural Industries: Incentives and Earnings». Paper for presentation to the Korea Infomedia Lawyers Association, Seoul.
- Towse, Ruth, ed. 2003. *A handbook of cultural economics*. Northampton, CA: Edward Elgar.
- Towse, Ruth. 2004. «Towards an economics of creativity». RECIDA working paper no.1, Faculty of History and the Arts, Erasmus University Rotterdam.

Vera Borges  
Pedro Costa  
Susana Graça

## Capítulo 9

# **Dilemas económicos e desafios organizacionais nas artes performativas: uma análise empírica das estruturas teatrais apoiadas na região de Lisboa e Vale do Tejo**

## **Introdução**

As organizações no campo das artes performativas em geral, e, em particular as estruturas teatrais, enfrentam no seu funcionamento quotidiano um conjunto de questões e de problemas económicos específicos, os quais têm sido profusamente estudados e discutidos no campo da economia e da sociologia da cultura. Contudo, uma ampla panóplia de especificidades, em termos económicos, culturais, institucionais e sociais, condiciona fortemente esta actividade no concreto, em múltiplas dimensões, provocando na prática uma diversidade de contextos e de formas de abordar a actividade teatral que se espelha na multiplicidade de realidades e situações que caracterizam na prática o sector.

É esta diversidade de realidades, vivida pelo mundo do teatro no seu quotidiano, que a reflexão que está na base deste capítulo procura analisar e sistematizar. Com efeito, este texto pretende identificar empiricamente e tipificar a multiplicidade de géneros de situações com que se defrontam estas estruturas e reflectir sobre a forma diversa como elas procuram dar resposta a esses problemas e questões económicas que são específicos, mas que têm sido em geral tratados na literatura especializada sobretudo em termos mais genéricos e abrangentes, focando-se, designadamente, em problemáticas como por exemplo as suas lógicas de estruturação institucional ou a sua relação com o mercado e os poderes públicos.

Mas na prática, tal como acontece de forma ainda mais ampla no campo mais genérico das artes performativas, estamos perante um conjunto muito multifacetado de instituições, marcadas por uma forte diversidade, em termos do seu perfil e das suas opções a nível estético, cultural e da sua orientação em relação aos seus mercados, mas igualmente por uma multiplicidade de outras características que são fundamentais no seu percurso e na estruturação da sua actividade, tais como, por exemplo, o seu padrão de localização, as questões geracionais ou associadas ao ciclo de vida dos seus protagonistas e das próprias estruturas, o papel da liderança individual, a sua lógica e estruturação organizacional, as fontes de financiamento das suas actividades, etc.

Tendo em conta um trabalho anteriormente realizado sobre as estruturas teatrais a nível nacional (Borges 2007), efectua-se agora neste texto uma nova análise empírica, baseada no acompanhamento efectuado pelos autores a todas as companhias de teatro da região de Lisboa e Vale do Tejo subsidiadas através dos concursos para apoios anuais/plurianuais do Ministério da Cultura. Com base em entrevistas aos representantes destas estruturas e no acompanhamento directo da sua actividade, é efectuada uma análise preliminar das suas opções organizacionais e de mercado, tendo em conta a identificação dos principais problemas e desafios com que se defrontam actualmente.

É proposta uma tipologia multinível para a análise das estruturas teatrais, partindo dos diversos aspectos identificados como determinantes para as diferenças observadas. Note-se que este texto dá conta apenas da primeira fase de um trabalho que será de seguida complementado com o desenvolvimento da tipologia agora apresentada, através da aplicação dos critérios aqui definidos tendo em conta os 35 grupos acompanhados e da consequente classificação e construção de uma tipologia de grupos de teatro na região, capaz de reflectir e caracterizar a sua diversidade e os seus principais desafios actuais.

## **Ponto de partida e metodologia**

No referido trabalho (Borges 2007) realizado a nível nacional com um conjunto de estruturas teatrais (precisamente 102), um painel de cerca de 140 actores, encenadores e directores dos grupos, e o estudo aprofundado de 10 estruturas, mostrou-se como num universo tão diversificado, com crescente mobilidade dos artistas, curta duração das colaborações contratuais e incertezas profissionais e económicas tão grandes, artistas e

grupos fazem as «coisas em conjunto» (Becker 1982). Essa investigação fez a cartografia dos grupos e provou o peso das cidades de Lisboa e do Porto no que respeita os apoios do Ministério da Cultura. A presença bastante residual dos grupos nas cidades de pequena e média dimensão é o resultado da iniciativa dos fundadores mas também das dinâmicas impulsionadoras próprias do mercado dos grupos, dos incentivos de origem local e do movimento do teatro amador e do teatro universitário.

Observou-se que a organização dos grupos obedece maioritariamente ao funcionamento das empresas artísticas, privilegiando-se uma gestão flexível do pessoal e por projecto. Num contexto de transformação profunda da realidade dos grupos de teatro nacionais, a complexificação das lógicas relacionais, a emergência de novos papéis (a nível das diferentes equipas artística, técnica e de produção e administrativa) e de novas formas de estruturação de carreiras e percursos profissionais (mais especializados, mas também mais polivalentes, multifacetados, flexíveis e precarizados), ou a diversificação das identidades profissionais no interior dos grupos são alguns dos aspectos que mais se destacam. Para aprofundar a pesquisa realizou-se na altura uma análise de *clusters* que teve como ponto de partida a política de gestão do pessoal dos grupos de teatro (a presença das diferentes categorias de membros permanentes nos grupos de teatro), variável que permitiu compreender as dinâmicas de reorganização e profissionalização deste mundo artístico. Em termos genéricos, encontraram-se três grandes tipos de grupos de teatro:

- Os grupos-família são nichos de emprego protegidos (com equipas médias e grandes permanentes), onde se convidam especialistas para integrarem a equipa artística do espectáculo e se assiste à saída do núcleo de actores mais antigos; estes grupos estão disseminados por todo o país, embora agrupássemos na altura 22 grupos de Lisboa que se organizam por sectores/departamentos/áreas e têm (com algumas excepções marcantes como os «grupos-vendas», financeiramente autónomos) geralmente uma sala própria para apresentar os seus trabalhos.
- As micro-empresas teatrais: entre o trabalho de uma pequena equipa de actores que é convidada regularmente para participar (trabalho por espectáculo, a recibos verdes) e a elasticidade do emprego dos actores que entram e saem. Eram essencialmente grupos de Lisboa e do Porto, com equipas artísticas de pequenas e médias dimensões, e um *continuum* entre as equipas artísticas e os outros pólos funcionais dos grupos de teatro que não são autónomos. Grande parte deste universo é fundado na década de 1990. A fragilidade dos financia-

mentos é sentida e por isso destaca-se a importância da venda dos espectáculos para uma parte importante destes grupos.

- Os grupos-projecto: as margens, o trabalho por encomenda. Destaca-se a importância das estratégias de convite e as equipas por projecto. Eram apenas sete grupos na altura, mas hoje presumivelmente cresceram. São os grupos sem sala e que vivem dos apoios pontuais do Ministério da Cultura ou que têm uma «carteira de clientes».

Este trabalho permitiu concluir que a identidade teatral portuguesa se caracteriza por uma pluralidade de situações organizacionais e estéticas; que as dinâmicas de profissionalização dos grupos e dos seus artistas (que desenvolvem interessantes estratégias de autonomização das suas trajetórias de carreira) são evidentes e emitem sinais relevantes de maior vínculo da formação à profissão e à divisão do trabalho no interior dos grupos de teatro (cf. Borges *et al.* 2011); e que a incerteza e a instabilidade vividas em qualquer um dos três *clusters* promove uma identidade teatral desprotegida e frágil.

Partindo desta base, importa-nos agora reflectir sobre novas questões, e pensar por exemplo que papel desenvolvem hoje os novíssimos – grupos e actores – para alterar (ou não) esta situação, ou como os poderes públicos se relacionam com esta realidade diversa e dinâmica. É neste quadro que, em seguida, se focaliza a análise destas questões na região de Lisboa e Vale do Tejo, através de um acompanhamento empírico da realidade das estruturas desta região, de forma a aprofundar este estudo ampliando e pormenorizando os questionamentos efectuados.

O Ministério da Cultura atribui, através de concurso, apoios a estruturas artísticas profissionais por períodos de quatro anos, dois anos ou um ano. Estes apoios financiam uma parte das actividades destas estruturas, sejam estas no âmbito da criação, da programação ou de ambas. As disciplinas às quais as estruturas se dedicam podem ser de teatro, dança, música, cruzamentos disciplinares ou artes plásticas; complementarmente, as estruturas desenvolvem actividades de formação, edição, residências e acções de sensibilização de públicos, entre outras.

Cabe à Comissão de Acompanhamento e Avaliação de Lisboa e Vale do Tejo, a qual funciona junto da Direcção Regional de Cultura de Lisboa e Vale do Tejo, a análise dos planos em confronto com os relatórios de actividades e contas das estruturas apoiadas, bem como o acompanhamento presencial dessas actividades. Este acompanhamento consiste na assistência a espectáculos e outras actividades das estruturas, em visitas

acompanhadas aos seus espaços e na realização de reuniões com representantes das estruturas visando um conhecimento aprofundado das perspectivas das estruturas e dos problemas e desafios que se lhes colocam.

A nossa base de observação empírica é a totalidade de estruturas teatrais «profissionais» apoiadas na região pelo Ministério da Cultura (Direcção-Geral das Artes), através dos concursos para subsídios à actividade da estrutura (ou seja, dos apoios não pontuais), de âmbito plurianual (quadrienais e bianuais), anual e tripartidos, na categoria «teatro». Note-se que estas estruturas – cuja actividade é acompanhada directamente pela comissão de acompanhamento e avaliação respectiva, da Direcção Regional de Cultura da Região de Lisboa e Vale do Tejo – não esgotam obviamente o panorama da actividade teatral da região, pois para além de não cobrirem um pequeno conjunto de outras importantes estruturas com peso na actividade teatral na região mas que preferem concorrer a este tipo de apoio englobadas na categoria «cruzamentos disciplinares» (desenvolvendo actividades com estas características), e um pequeno conjunto de estruturas com funcionamento assente no mercado, deixam de fora toda a actividade teatral amadora e não profissionalizada (incluindo os grupos de teatro estudantil, muitas associações dos mais variados tipos ou grupos em estruturas técnico-profissionais, por exemplo), com um peso social, económico e cultural também muito significativo na região.

De qualquer forma, e assumindo este universo particular de análise, que não deixa indubitavelmente de ser o centro mais consagrado e inovador do «mundo teatral» regional (e nacional), duas constatações imediatas não podem deixar de ser feitas antes de quaisquer outras considerações:

- Por um lado, o elevado peso relativo destas estruturas (tal como aliás das estruturas apoiadas em qualquer outra das áreas apoiadas nas artes performativas pelo Ministério da Cultura) da região de Lisboa e Vale do Tejo em termos nacionais, representando sempre mais de cerca de 50% do total de estruturas apoiadas a nível nacional (para uma população que não passa de um terço do total do país);
- Por outro lado, a extrema assimetria interna (geográfica e a nível dos escalões de montantes financeiros disponibilizados) dos apoios concedidos dentro da região, com uma extrema polarização (mais de 80%) na Área Metropolitana de Lisboa, com particular destaque para o próprio concelho de Lisboa, que polariza mais de metade das estruturas apoiadas.

É tendo em conta estas considerações que partimos para a análise das estruturas teatrais da região e de toda a sua diversidade, estruturas essas cuja listagem se apresenta no quadro 9.1.

### Quadro 9.1 - Listagem das estruturas analisadas\*

---

Estruturas apoiadas pelo Ministério da Cultura na região de Lisboa e Vale do Tejo (apoios anuais/bianuais/plurianuais/tripartidos) em 2009

---

- A Tarumba – Teatro de Marionetas
- ACTECAS – Teatro Experimental de Cascais
- Ar de Filmes, Lda.
- Artistas Unidos
- Associação Cultural – Projecto Teatral
- Associação Cultural Teatro dos Aloés
- Associação Cultural Truta
- Associação Cultural Útero
- Associação Joana Grupo de Teatro
- Associação Meridional de Cultura
- Cão Solteiro
- Casa Conveniente, Produção de Eventos Culturais
- Cassez – Espectáculos, Vídeos e Publicações Culturais
- Chão de Oliva – Centro de Difusão Cultural em Sintra
- Companhia de Teatro de Almada
- Comuna Teatro de Pesquisa
- Cooperativa Teatro da Garagem
- Escola de Mulheres – Oficina de Teatro
- FC – Produções Teatrais, Sociedade Unipessoal
- Grupo de Acção Teatral A Barraca
- Grupo Teatrosfera
- Inestética – Associação Cultural de Novas Ideias
- João Garcia Miguel, Unipessoal
- Mundo Perfeito
- Novo Grupo de Teatro/Teatro Aberto
- O Bando
- Praga Associação Cultural
- Primeiros Sintomas Associação Cultural
- Teatro da Cornucópia
- Teatro da Rainha
- Teatro de Animação de Setúbal
- Teatro de Animação Os Papa Léguas
- Teatro do Vestido – Associação Cultural
- Teatro Extremo – Companhia de Teatro Itinerante
- VAC – Mala Voadora Associação Cultural

---

\* Os grupos de teatro que detêm o apoio anual da Direcção-Geral das Artes não constam nesta listagem.

Fonte: DRCLVT-MC, Comissão de Acompanhamento e Avaliação das Estruturas Teatrais (2009/2010).

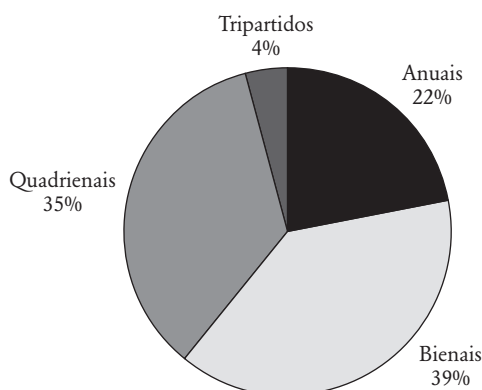
## Enquadramento das estruturas teatrais apoiadas na Região de Lisboa e Vale do Tejo

Da recolha e tratamento de informação relativa a todas as estruturas apoiadas da região de Lisboa e Vale do Tejo resulta uma caracterização da própria região, no que respeita às actividades artísticas profissionais que obtiveram apoio por parte do Ministério da Cultura.

Em relação ao ano de 2009, foi realizado um estudo das actividades e contas das estruturas baseado na evolução que estas sofreram entre o momento em que tiveram de apresentar uma previsão até ao momento da apresentação dos seus relatórios. Para 2010, ainda não é possível fazer esse estudo, dado que o prazo de entrega de relatórios se estende muito para além desse ano. No entanto, com base nos planos de actividades, podemos desde já tirar algumas conclusões sobre as actividades desenvolvidas na região.

A Região de Lisboa e Vale do Tejo absorve, em 2010, cerca de 49% do total dos apoios estruturais atribuídos pelo Ministério da Cultura às estruturas artísticas profissionais, e engloba 46% do número total de entidades apoiadas. Em Lisboa e Vale do Tejo concentram-se 42% do total das estruturas artísticas de teatro, sendo que se distribuem por período de apoio (gráfico 9.1).

**Gráfico 9.1 – Apoios ao teatro em 2010**

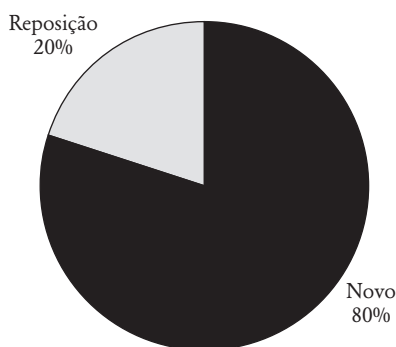


Em 2009, foram realizadas 193 produções próprias, isto é, produções que as estruturas criam nesse ano e levam à cena ou que criaram em anos anteriores e repõem, e 77 acolhimentos e programação, ou seja, produções de outras estruturas que são apresentadas nos espaços das estruturas que deles dispõem. Em relação ao previsto, isto significa um aumento

de 11% nas criações próprias e de 185% nos acolhimentos, o que se pode justificar, em parte, por uma questão de prudência na apresentação do plano. As estruturas preferem não apresentar no seu plano previsões de acolhimentos para os quais não têm confirmação, no entanto ao longo do ano vão surgindo mais parcerias e o acolhimento e a programação ficam enriquecidos.

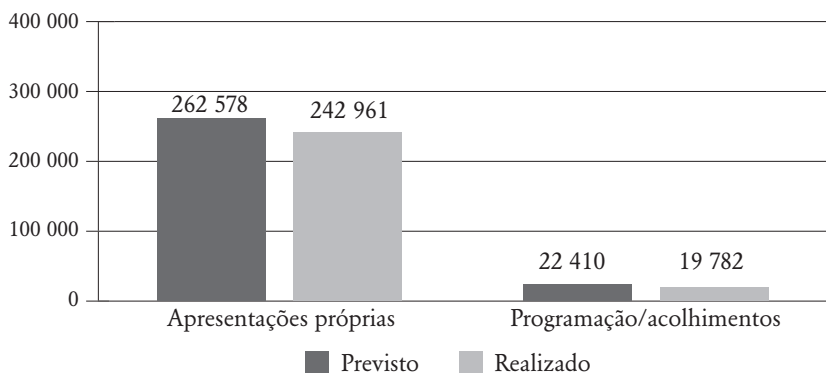
As produções próprias têm o maior peso no total: 88%, sendo que só as apresentações realizadas em LVT pesam 38%. No que respeita à distinção entre criação e reposição, pode ver-se a forma como está distribuída (gráfico 9.2).

**Gráfico 9.2 – Criação/reposição de espectáculos de teatro realizados em 2009**



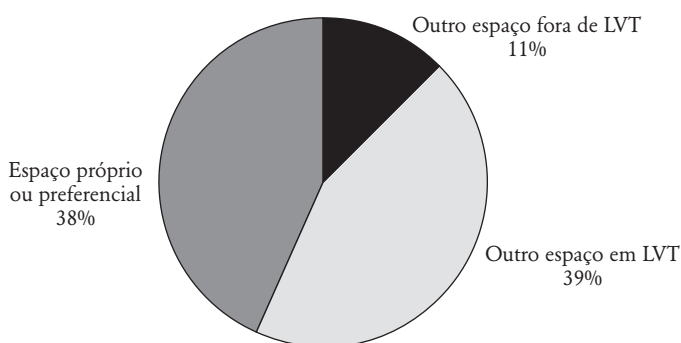
O número total de espectadores ficou 7% aquém do previsto no que respeita a produção própria e 12% abaixo do previsto em relação a programação e acolhimentos.

**Gráfico 9.3 – Número de espectadores de teatro em 2009**



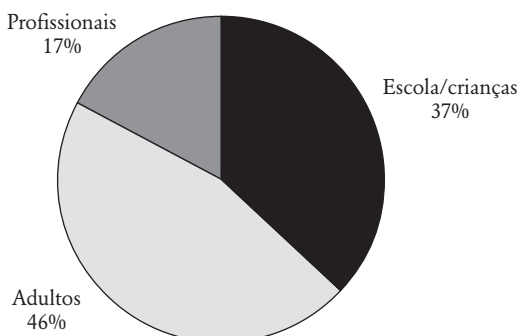
Nem todas as estruturas apoiadas possuem um espaço próprio de apresentação, no entanto algumas recorrem frequentemente aos mesmos espaços. Agrupámos as situações em que as estruturas possuem espaço próprio e aquelas em que apresentam as suas produções muito frequentemente no mesmo espaço numa só categoria. Uma vez que a nossa análise se centra na região de Lisboa e Vale do Tejo, dividimos as restantes situações em apresentações realizadas em outros espaços de Lisboa e Vale do Tejo ou em outros espaços fora de Lisboa e Vale do Tejo. Em termos de distribuição, verificamos que apenas 11% das produções são apresentadas fora de LVT, como se pode ver no gráfico 9.4.

**Gráfico 9.4 – Distribuição das apresentações por tipo de espaço de teatro em 2009**



No que respeita a outras actividades desenvolvidas pelas estruturas, a formação destaca-se enquanto actividade realizada mais frequentemente. Praticamente toda a formação é realizada na região de Lisboa e Vale do Tejo, e os destinatários distribuem-se da seguinte forma (gráfico 9.5):

**Gráfico 9.5 – Distribuição da formação de teatro realizada em Lisboa e Vale do Tejo por categoria de destinatários em 2009**



As actividades que são especificamente designadas como de sensibilização de públicos são raras e revestem a forma de conversas em torno de espectáculos ou colaborações com escolas. Os dados relativos a estas acções não são suficientemente sólidos para que possam ser apresentados de forma rigorosa, pelo que optamos por não o fazer.

Desta análise contextualizante e, de algum modo, genérica, ressalta que a região de Lisboa e Vale do Tejo tem um peso muito significativo no panorama das estruturas artísticas profissionais apoiadas. As actividades – produção de espectáculos, formação, acções de sensibilização de públicos, etc. – desenvolvidas pelas estruturas centram-se muito na região e são dirigidas ao público que ali se situa.

## **Dimensões e indicadores: uma proposta**

Tendo em conta este contexto e esta realidade específica e bem diversificada que caracteriza as estruturas teatrais da região de Lisboa e Vale do Tejo, desenvolveu-se uma análise que pretendeu aproveitar a experiência de um início de acompanhamento mais directo e regular a estas estruturas por parte dos autores, e uma reflexão mais sistemática sobre a organização e funcionamento das actividades culturais e criativas, com vista à consolidação de um conjunto de princípios e orientações que permitissem olhar de forma mais detalhada e afinada para esta realidade múltipla e muito diversa que é o mundo do teatro na região.

O objectivo final de toda esta reflexão é construir uma tipologia que permita mapear a diversidade das estruturas de teatro existentes, e dessa forma poder vir a servir como instrumento para ajudar a reflectir sobre a intervenção pública no sector e sobre a adequabilidade das actuais políticas de apoio e dos critérios em que se apoiam.

Tendo em conta esse objectivo geral, como foi inicialmente referido pretende-se neste texto apresentar uma primeira reflexão que, com base no conhecimento acumulado em concreto sobre estas estruturas teatrais:

- Por um lado identifica um conjunto de dimensões que consideramos ser fundamental ter em conta para mapear esta diversidade de realidades que caracteriza as estruturas teatrais apoiadas na região de Lisboa e Vale do Tejo;
- Por outro lado sugere um conjunto de tipologias que permitem tipificar as diversas situações identificadas em relação a cada um desses critérios, e que serão na prática, a base para uma classificação dos

grupos existentes, que permita operacionalizar a elaboração da tipologia geral acima referida.

O resultado preliminar deste processo de reflexão, a ambos os níveis, está expresso no quadro 9.2, mapeando, para cada uma das dimensões ou critérios definidos, um conjunto de categorias que permitem englobar/tipificar as diversas situações verificadas nas 35 estruturas estudadas.

**Quadro 9.2 – Tipos de diferenciação das estruturas teatrais na região de Lisboa e Vale do Tejo e respectivas tipologias de classificação**

Critérios	Conceitos	Tipos	Indicadores (alguns exemplos)
1. Estrutura organizativa	Antiguidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos antigos</li> <li>• Grupos intermédios</li> <li>• Grupos novos</li> <li>• Grupos novíssimos</li> </ul>	Data de fundação (oficial) das estruturas
	Estrutura de produção/ equipa administrativa e de divulgação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura permanente de pequena, média, grande dimensão</li> <li>• Estrutura de média dimensão, mais ou menos «permanente»</li> <li>• Estrutura permanente partilhada com outras actividades (cinema, etc.)</li> <li>• Estrutura de reduzida dimensão de carácter pontual</li> </ul>	N.º de elementos fixos N.º de elementos convidados Tipos de contratos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por tempo indeterminado,</li> <li>• A prazo, qual prazo?</li> <li>• Recibos verdes, por quanto tempo?</li> </ul>
	Estrutura técnica de apoio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura técnica com equipa permanente contratada</li> <li>• Estrutura técnica habitual contratada para cada espectáculo</li> <li>• Estrutura flexível</li> </ul>	N.º de técnicos fixos Tempo médio de duração dos contratos Tipos de contratos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por tempo indeterminado,</li> <li>• A prazo, qual prazo?</li> <li>• Recibos verdes, por quanto tempo?</li> </ul>
Estrutura artística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos-família: equipa de grandes dimensões com artistas contratados permanentemente;</li> <li>• Grupos-empresa («microempresa»): estrutura de pequenas dimensões, com artistas contratados por períodos mais ou menos longos</li> <li>• «Grupos-plataforma flexível» («grupo-projecto»): artistas contratados por projecto</li> </ul>	N.º de elementos fixos N.º de elementos convidados Tipos de contratos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por tempo indeterminado,</li> <li>• A prazo, qual prazo?</li> <li>• Recibos verdes, por quanto tempo?</li> </ul>	

Critérios	Conceitos	Tipos	Indicadores (alguns exemplos)
	Liderança	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderança carismática (baseada na personalidade de um ou dois fundadores)</li> <li>• Liderança partilhada (pelos fundadores, directores ou responsáveis pelas equipas)</li> <li>• Liderança colectiva (baseada na responsabilidade de todos os que se ocupam de diferentes tarefas no grupo)</li> <li>• Liderança rotativa (baseada na responsabilidade alternada de cada membro da equipa)</li> </ul>	<p>N.º de fundadores</p> <p>N.º de directores actuais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perguntar aos próprios o tipo de liderança que consideram existir no interior de cada estrutura.</li> </ul>
2. Trabalho artístico	Atitude estética e criativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovadores consagrados</li> <li>• Valores estabilizados</li> <li>• Inquietude permanente</li> <li>• Em busca do seu espaço próprio</li> <li>• Politicamente empenhados</li> <li>• Socialmente dedicados ao meio envolvente</li> <li>• Identidade difusa</li> </ul>	<p>Autodefinição</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar ao grupo três palavras-chave que descrevam a atitude estética e criativa do grupo e construir posteriormente as dimensões consideradas.</li> <li>• Temática central dos espectáculos criados</li> <li>• Tipo de espaço escolhidos para a apresentação dos espectáculos</li> </ul>
	Tipo de espectáculos	<p>Tipo de produtos/ espectáculos/<i>performances</i> oferecidos pela estrutura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção teatral (com pouco peso de outras vertentes)</li> <li>• Produção teatral articulada com outras artes</li> </ul>	<p>Espectáculos de teatro</p> <p>Teatro interdisciplinar</p> <p>Teatro + outra disciplina</p>
	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Públicos generalistas</li> <li>• Públicos alternativos/ experimentais</li> <li>• Tentativa de combinar as duas vertentes anteriores</li> <li>• Produtos nicho (por exemplo, marionetas, público infantil)</li> </ul>	<p>Idade média dos espectadores</p> <p>Público jovem</p> <p>Público infanto-juvenil</p> <p>Público adulto</p>
	Dinamismo da estrutura	<p>Tipo de produções (novas, reposição, acolhimento) e temporadas de exibição:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espectáculos próprios com elevados períodos em cena</li> </ul>	<p>N.º de espectáculos novos por ano</p> <p>Tempo de exibição de cada espectáculo</p> <p>N.º de espectáculos reposição da estrutura</p>

*Dilemas económicos e desafios organizacionais nas artes performativas*

Critérios	Conceitos	Tipos	Indicadores (alguns exemplos)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algumas criações novas, mas exploração permanente de espectáculos em carteira e reposições;</li> <li>• Grande intermitência, com espectáculos em cena por curtos períodos de tempo</li> <li>• Pouca produção própria, com a actividade centrada na produção de eventos ou acolhimentos</li> </ul>	<p>Tempo de exibição de cada espectáculo</p> <p>N.º de espectáculosacolhimentos de outras estruturas</p> <p>Tempo de exibição de cada espectáculo</p>
3. Inserção no meio artístico	Capacidade de colaboração com outras entidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborações/convites para trabalhar com instituições culturais de prestígio</li> <li>• Co-produções. (por exemplo, MM, TT, D.M.II, CCB)</li> <li>• Colaborações artísticas, técnicas com outras estruturas teatrais da mesma «geração»</li> <li>• Colaborações com estruturas variadas, de forma mais transversal por razões artísticas e técnicas</li> <li>• Acolhimentos a outras estruturas no espaço</li> <li>• Não estabelecem relações de colaboração</li> </ul>	<p>N.º de colaborações financeiras</p> <p>N.º de colaborações baseadas na cedência de espaço</p> <p>N.º de colaborações baseadas na cedência/empréstimo de material</p> <p>Outros tipos de colaborações institucionais, de divulgação</p> <p>Colaborações com grupos da mesma geração</p> <p>Colaborações artísticas</p> <p>Colaborações técnicas</p> <p>Instituições com as quais colabora frequentemente</p>
	Lógicas de reputação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento pelo público generalista</li> <li>• Reconhecimento pelos públicos teatrais mais especializados, crítica, mediadores culturais</li> <li>• Reconhecimento pelos pares</li> </ul>	<p>N.º de prémios obtidos</p> <p>Tipo de prémio (menção honrosa...) e entidade que atribui o prémio</p> <p>Artigos na imprensa escrita jornal da região, nacional</p> <p>Espectáculos vistos por colegas</p>
	Tipo de comunicação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Com o exterior</li> <li>• Tradicional</li> <li>• Inovadora</li> <li>• Pouca comunicação</li> </ul>	<p>Programas dos espectáculos; blogs; sites internet; Facebook</p>
	Formação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formação interna para os membros da estrutura</li> <li>• Organização de acções de formação que visam o alargamento de públicos</li> <li>• Organização de cursos de formação para artistas e especialistas (por exemplo, curso de máscaras)</li> </ul>	<p>Estrutura promove acções de formação</p> <p>Membros da estrutura recebem formação</p> <p>Acções pedagógicas e de alargamento de públicos</p>

Critérios	Conceitos	Tipos	Indicadores (alguns exemplos)
	Programação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação teatral</li> <li>• Criação teatral articulada com outras artes, que testa as fronteiras da actividade teatral</li> <li>• Actividades paralelas como o cinema, a edição de livros</li> <li>• Organização de eventos regulares (como os festivais de teatro nacionais e internacionais) como entidade organizadora e/ou participante</li> </ul>	<p>Espectáculos para a comunidade (e participação da comunidade nas actividades do grupo)</p> <p>Serviços educativos</p> <p>Edição de livros</p> <p>Produções para cinema</p> <p>Festivais de teatro nacionais (organização e participação)</p> <p>Festivais de teatro internacionais (participação e organização)</p>
4. Estrutura económica	Tipo de financiamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estatal, local, privado, mecenas</li> <li>• Autofinanciamento (peso de actividades complementares ligadas ao cinema, edição, sociabilidades e animação nocturna)</li> </ul>	<p>Apoio público do MC e duração</p> <p>Bilheteira</p> <p>Apoio da autarquia local</p> <p>Outras receitas</p> <p>Outros financiamentos (fundações, mecenato...)</p>
	Espaço	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaço próprio para a realização dos espectáculos</li> <li>• Arrendamento de um espaço</li> <li>• Cedência de um espaço/contratualizado</li> <li>• Espectáculos vão variando o local de apresentação</li> </ul>	<p>Espaço próprio</p> <p>Espaço cedido/contratualizado por prazo longo</p> <p>Espaço cedido/contratualizado por médio/curto prazo</p> <p>Sem espaço próprio</p>
	Organização de eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividade anual muito polarizada pela realização de eventos de grande repercussão</li> <li>• Eventos com peso na actividade da estrutura, mas com menos repercussão</li> <li>• Não é muito importante a realização de eventos regulares na actividade da estrutura</li> </ul>	<p>Realizou espectáculos de grande repercussão/ impacto mediático (televisão e jornais) e sucesso de público importante número de espectadores)</p>
	Apoia acolhimentos e residências a outras estruturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acolhimentos regulares, de estruturas mais novas, menos reputadas ou mais experimentais</li> <li>• Acolhimento/ programação regular de estruturas consagradas</li> <li>• Não acolhem, só em situação pontuais</li> </ul>	<p>Acolhimento de estruturas mais jovens</p> <p>Acolhimento de estruturas consagradas</p> <p>Tempo de duração média dos acolhimentos</p>

*Dilemas económicos e desafios organizacionais nas artes performativas*

Critérios	Conceitos	Tipos	Indicadores (alguns exemplos)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nunca fazem programação com entidades externas</li> <li>• Não têm espaço disponível</li> </ul>	
	Tipo de itinerância	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fazem regularmente via co-produções com as principais entidades institucionais (convidados)</li> <li>• Fazem regularmente circulação pelas redes de programação municipal (convidados, etc.)</li> <li>• Têm carteira de espectáculos disponível para venda</li> <li>• Não fazem itinerância dos seus espectáculos</li> </ul>	Itinerância via co-produção Itinerância via rede municipal Vendas de espectáculos
	Residências ou estadias para criação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Em estruturas públicas ou em estruturas apoiadas por outros programas (p. e., CCB, ZdB, Espaço do Tempo); no exterior do país; espaços próprios/não convencionais</li> </ul>	N.º de residências em Portugal e no estrangeiro Tipo de estrutura que acolhe as residências do grupo
5. Amplitude geográfica	Localização dos grupos	Centralidade e periferia dos grupos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lisboa – cidade</li> <li>• Concelhos da AML (periferia próxima)</li> <li>• Concelhos da AML (com autonomia significativa)</li> <li>• Fora da AML</li> </ul>	
	Mercados para os quais o grupo se dirige	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local/concelhio, fora da cidade de Lisboa e sua periferia directa</li> <li>• Local/concelhio, dentro da periferia mais directamente polarizada por Lisboa</li> <li>• Local/metropolitano Hinterland metropolitano/regional/extra regional/nacional (em geral ou em eventos específicos regulares)</li> </ul>	Local Regional Nacional
	Grau de internacionalização	Espectáculos realizados fora do país; Intenção do grupo de se internacionalizar	N.º de espectáculos realizados fora do país

Fonte: Elaboração própria.

Tendo em conta a definição de cinco ordens de factores – estrutura organizativa, trabalho artístico, inserção no meio, estrutura económica e amplitude geográfica – e as respectivas dimensões de análise, preliminarmente definidas para cada um dos critérios, importa agora adaptar e testar esta grelha na prática, procedendo à classificação e enquadramento de cada uma das estruturas, para cada uma das dimensões definidas. Esse será o passo seguinte na elaboração da tipologia geral aqui proposta, o qual será possível apenas com uma análise aprofundada e o prosseguimento do acompanhamento regular das estruturas que os autores estão a desenvolver, e com a intensificação de uma colaboração mais intensa com estes diversos grupos, no sentido da identificação dos principais problemas e desafios com que se defrontam e das estratégias que percebem para se colocar perante eles.

## **Desafios e perspectivas**

Os desafios aos grupos de teatro são conhecidos há muito pelos artistas e pelas equipas auxiliares. Tendo em conta os cinco critérios em torno dos quais está ancorada a nossa pesquisa, pretendemos fazer um levantamento dos principais problemas das estruturas e do tipo de reacções a esses problemas (quadro 9.3).

Tendo como pano de fundo estes cinco critérios, parece-nos importante destacar as nossas perspectivas de evolução em relação às diversas dimensões que ali elencamos. Assim, relativamente ao tipo de relações de trabalho no interior dos grupos predominam as equipas de pequeníssimas dimensões, contratadas por curtos períodos de tempo. Quanto às formas de criação, estas passam por espectáculos com elencos reduzidos que visam estudar, aprofundar, experimentar temas e lugares (como acontece, por exemplo, com o Mundo Perfeito, o Teatro do Vestido, entre outros). Mas também consideramos importante a forte intervenção social dos grupos de teatro analisados com os locais, recrutando público local e fazendo formação junto dos mais jovens e dos mais velhos que chegam a integrar os espectáculos (por exemplo, Teatro da Garagem, entre outros).

Por seu turno, as modalidades de colaboração entre os grupos visam o acolhimento das estruturas com pouca visibilidade por parte das estruturas consagradas (relações de proximidade estética ou geracional proporcionam este tipo de colaborações); e as co-produções lideradas pelas estruturas mais fortes, como o Teatro Maria Matos, ou o Teatro Nacional D. Maria II. Quanto aos modelos organizacionais ainda mais flexíveis e

### Quadro 9.3 – Desafios à sustentabilidade das estruturas e à actuação pública

Critérios de análise	Desafios à sustentabilidade das estruturas e à actuação pública (primeira aproximação)
1. Estrutura organizacional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrutura (permanência) <i>vs.</i> projecto (flexibilidade)</li><li>• «Core» (criação/produção/programação) <i>vs.</i> abrangência/multifuncionalidade</li><li>• Personalização <i>vs.</i> colectivo</li><li>• Permanência <i>vs.</i> rotatividade</li></ul>
2. Trabalho artístico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cristalização/estabilização <i>vs.</i> capacidade de reinvenção permanente</li><li>• Diversidade/multiplicidade <i>vs.</i> afunilamento em nicho (estético ou temático)</li><li>• Coerência-identidade <i>vs.</i> contacto-integração-contaminação</li></ul>
3. Inserção no meio artístico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Isolamento/fechamento <i>vs.</i> colaboração/cooperação</li><li>• Transdisciplinaridade/transversalidade <i>vs.</i> extrema especialização no campo teatral</li><li>• Diversidade/variedade de âmbitos de actuação <i>vs.</i> concentração/polarização na criação</li><li>• Investimento na divulgação/comunicação <i>vs.</i> estratégias de autocentramento</li><li>• Reconhecimento/legitimação pelos pares <i>vs.</i> outras lógicas de reputação</li></ul>
4. Estrutura económica	<ul style="list-style-type: none"><li>• Auto-suficiência <i>vs.</i> dependência externa</li><li>• (Quase) monofinanciamento <i>vs.</i> diversidade de fontes de financiamento</li><li>• Estratégia de longo prazo (reforço da estrutura) <i>vs.</i> visão de curto prazo (flexibilidade)</li><li>• Actuação estratégica <i>vs.</i> gestão das contingências</li></ul>
5. Amplitude geográfica	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cosmopolitismo <i>vs.</i> paroquialismo</li><li>• Enraizamento <i>vs.</i> desterritorialização</li></ul>

menos onerosos, destacam-se os grupos de teatro para a infância que vivem como um segmento do teatro com relativa autonomia, onde os actores, além da representação, se ocupam das actividades de formação e ateliês para as escolas e famílias.

As estratégias de comunicação têm merecido a atenção dos grupos de teatro que visam atrair o público e chamar a atenção dos *media* (por exemplo, Ar de Filmes e abertura de novo espaço no Bairro Alto; TEC convida actriz da antiga geração reconhecida e acarinhada pelo público generalista e pelos seus pares), o que em certos casos representa uma forma de «ganhar» espaço simbólico e permanecer no mercado teatral. Atrair o mercado estrangeiro, internacionalizar, tem sido uma das apostas do Minis-

tério, e os grupos de teatro já procuram actores estrangeiros e trabalhos com pouco texto em português ou textos em inglês.

Se até aqui houve um efeito multiplicador das estruturas de pequenas dimensões (em geral com três membros fixos), daqui para a frente prevê-se que os actores sejam cada vez mais chamados para trabalhar «à peça» nos grupos de teatro; o recurso a contratações sucessivas do mesmo actor/colaborador; a multiplicação da fórmula «pequenos espectáculos»; a associação dos grupos às estruturas economicamente mais fortes como o CCB, Teatro Maria Matos, etc. Acentua-se a importância do encenador-comissário que promove o convite a actores independentes (é o encenador-empresário) e a especialistas em diferentes áreas do espectáculo (música, movimento, vídeo, etc.) procurando assumir-se um certo «profissionalismo» estético (Borges 2008).

Os grupos de teatro mantêm-se entidades empregadoras frágeis que organizam o seu trabalho e as suas equipas projecto a projecto, mas continuam a ser um meio privilegiado de socialização das jovens gerações (assinala-se que uma das reacções de actores e encenadores aos problemas sentidos tem passado pela procura da sua colaboração artística com estruturas mais estáveis – não se trata aqui de acolhimentos – mas de hipóteses reais de trabalho, de confronto de aprendizagens, de aprendizagem mútua, como aconteceu já no teatro da Cornucópia com a actriz e encenadora Beatriz Batarda, entre outros exemplos possíveis.

Em termos de criação teatral, caminha-se mais para a resposta às encomendas de espectáculos e menos para a produção independente; os grupos constituídos por artistas mais jovens procuram, como sempre, a novidade: pelo tipo de colaboração com grupos estrangeiros, pelas residências, pelo tipo de espectáculos, teatro mais outra forma artística, a colaboração de escritores, uma gestão mais flexível das suas equipas, entre outras. Não conseguimos ainda avaliar o papel dos novíssimos, contudo, num cenário onde a longevidade profissional de alguns directores das estruturas mais apoiadas é alvo de questionamento pelos próprios (referência ao espectáculo de Luís Miguel Cintra, *Fim de Citação*), não é difícil prever que os novos preparam uma mudança na actual organização do teatro.

Em termos de políticas públicas é necessário pensar medidas que visem socializar o risco eminente de colapso de um número considerável de estruturas nas artes e o seu impacto no tecido teatral – conferências como aquela organizada pelo Teatro Nacional D. Maria II<sup>1</sup> são úteis no

---

<sup>1</sup> Conferência intitulada «Economia e Teatro: Desafios em tempo de crise» que decorreu no Teatro Nacional D. Maria II, em 25 de Novembro de 2010.

sentido de o grupo profissional criar uma identidade teatral mais forte (é demasiado frágil, mais ruptura do que união em torno de...) e na tentativa de procurar mecenas e apoio junto de autarquias locais. A formação continuará a fazer parte da vida dos grupos e dos indivíduos que gravitam à sua volta, uma vez que ocupa cada vez mais jovens que iniciam assim o seu percurso no teatro, como demonstrado no capítulo 3 deste livro.

Nessa investigação, onde se analisou o tipo de ligação de actores e bailarinos ao mercado de trabalho artístico, concluiu-se que os actores estão desiludidos com a sua situação profissional, no entanto, mostram-se muitíssimo implicados no teatro, quer pela satisfação que demonstram com a realização de uma actividade artística, quer pela percepção que têm de que o seu tempo está a ser investido a fazer arte. Talvez por isso se verifique o aparecimento de jovens actores, encenadores e grupos de teatro aos quais não podemos ficar indiferentes pelo seu papel na mudança artística.

## **Nota conclusiva**

Neste capítulo procurou-se fazer uma primeira reflexão sobre a realidade das estruturas teatrais profissionais apoiadas pelo Ministério da Cultura português na região de Lisboa e Vale do Tejo, com o objectivo de definir critérios objectivos e sistemáticos para a construção de uma tipologia de estruturas teatrais que permita mapear a diversidade de situações existentes no «mundo do teatro» profissional da região, possibilitando dessa forma um conhecimento e uma actuação mais informados sobre essa realidade.

A partir da análise e do acompanhamento das 35 estruturas teatrais apoiadas na região em 2009 pelo Ministério da Cultura através dos apoios permanentes, foi definida uma grelha preliminar com cerca de duas dezenas de critérios de base para a construção dessa tipologia, que permitam expressar a diversidade de situações encontradas, em termos da organização, estrutura e funcionamento destas estruturas. Para cada um destes critérios foram depois sistematizados em torno de um conjunto muito restrito de categorias (em geral 3-4 por critério) os tipos de situações verificadas empiricamente nestes grupos de teatro. Foram essencialmente estes os resultados preliminares deste processo que se apresentam para já neste capítulo.

O passo seguinte será o aprofundar desta análise com a realização das próximas etapas que permitam operacionalizar a tipologia final pretendida. Será efectuada uma classificação de cada uma das 35 estruturas face

a cada um destes diferentes critérios, englobando-os na subcategoria mais adequada a cada caso. A partir daí far-se-á um agrupamento das estruturas em grupos/*clusters* tendo em conta as suas similaridades, e apresentar-se-á uma tipologia final, daí decorrente, individualizando um conjunto de diferentes tipos de estruturas que tipifiquem as estruturas teatrais existentes na região.

A importância do aprofundamento desta análise será quanto a nós elevada, pois só com o desenvolvimento de instrumentos deste tipo será possível equacionar de forma consistente uma avaliação e uma actuação que tenham como centro estas estruturas, olhando para elas não em abstracto, sob a categoria genérica de grupos teatrais «profissionais» da região de Lisboa, mas sim reconhecendo a existência da sua diversidade intrínseca e podendo valorizar as suas especificidades. Esta questão é fulcral para nós, uma vez que, partindo de um conhecimento mais aprofundado da realidade destas estruturas e dos seus problemas quotidianos, será possível promover uma reflexão séria e consistente sobre a actuação pública que sobre estas actividades é desenhada e promover uma discussão, com as instituições responsáveis, acerca da necessidade de uma actuação que possa não ser uniforme para todos, ou pelo menos, guiada pelos mesmos critérios «uniformizadores», mas antes se adapte à diversidade (e riqueza) de situações encontradas e às especificidades e mais-valias dos diferentes tipos de estruturas e das estratégias que procuram desenvolver como afirmação da sua actividade quotidiana.

## Referências bibliográficas

- Becker, Howard. 1982. *Art Worlds*. Berkeley. Los Angeles, Londres: University of California Press.
- Borges, Vera. 2007. *O Mundo do Teatro em Portugal: Profissão de Actor, Organizações e Mercados de Trabalho*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Borges, Vera. 2008. *Teatro, Prazer e Risco*. Lisboa: Roma Editora.
- Borges, Vera. 2011. «Comédiens et metteurs en scène portugais: évolution des modes de formation entre la troupe et l'école». In *Rationalisation et Résistance/Postmodernisme*, eds. Opus 16. Paris: L'Harmattan: 149-176.
- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Costa, P. 2007. *A Cultura em Lisboa: Desenvolvimento e Competitividade Territorial*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Costa, Pedro, coord. 2009. *Estratégias para a Cultura em Lisboa*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Menger, Pierre-Michel. 2009. *Le Travail créateur: S'accomplir dans l'incertain*. Paris: Gallimard-Seuil-Éditions de l'EHESS.

Vera Borges  
Pedro Costa

## Conclusão

# E agora? Perspectivas para desenvolvimentos futuros

Há muito que a arte é objecto de grande curiosidade, alargada a outras áreas do conhecimento, tanto pelo seu enraizamento profundo na vida social, como pelas suas evoluções radicais e ligações intensas com outras actividades, como escreveu Pierre Francastel (1956) na «Introdução» de *Art et Technique*. Da sociologia, à economia, à história da arte, à história cultural, à antropologia à filosofia ou aos estudos culturais, entre vários outros campos do saber, a reflexão sobre as artes, a criatividade, o poder da inspiração tem tido lugar desde sempre. Durkheim (1985 [1912]) quando descreve a religião, aparecendo a arte como uma derivação da primeira, ou Simmel (1988 [1925]) quando aborda a actividade de Rembrandt, Miguel Ângelo e Rodin; passando por Weber quando desenvolve o paralelo entre ciência e arte (Weber 1979 [1919]) e, de uma forma marginal, economia e arte (Weber 1971 [1920]). A ideia de que a contingência, a inspiração, a intuição, a imaginação e a incerteza são características associadas aos artistas como aos cientistas e ao seu trabalho; ou, a ideia de que as condições de trabalho dos artistas estão associadas a um comportamento contrário à racionalidade económica mais convencional, isto é, os indivíduos desenvolvem uma actividade carismática em articulação com os outros trabalhos de subsistência (solução económica para a sua persistência no mercado) são algumas das temáticas que têm animado as discussões (mas também muitos equívocos) em torno das artes e da cultura.

Entre a mitologia do sacrifício dos artistas (Heinich 1991) e a realização na incerteza por parte de trabalhadores culturais e criativos (Menger 2009), Moulin (1992) avaliou o lugar da arte, das instituições e dos artistas no tempo, e reconheceu que na Idade Média estes apareciam menos, uma vez que a produção estava organizada em torno das corporações. Já

no período do Renascimento, ser artista e, mais ainda, desejar ser um artista famoso tornou-se uma motivação vulgar para o criador, um homem de saber (Zilsel 1993 [1926]). Bourdieu (1993) faz o paralelo entre o campo literário e o campo artístico, descrevendo os princípios da legitimação do criador: o reconhecimento pelos pares; por salões, academias; e a consagração popular feita pelas audiências. Quanto mais autónomo é um campo, mais favorável é ao poder simbólico daqueles que produzem para um círculo fechado de entendidos (arte genuína). Em «diálogo» com Bourdieu, no epílogo da nova edição de *Art World*, Becker (2006) mostra que aquilo que o distingue do primeiro é que a sua lente não está dirigida para o artista mas para os «indivíduos a fazerem as coisas em conjunto», as cadeias de cooperação em que o artista está envolvido com muitos outros. O indivíduo pode ser dotado, desenvolver um trabalho excepcional, mas pode ser também alguém que segue as regras e faz um trabalho competente, que se distingue e é consagrado pela qualidade das suas associações a outros profissionais da cultura e pelo valor dos resultados finais e a forma como isso é entendido pelo público. Algumas das contribuições deste livro mostram, por exemplo, como pequenos *home studio* podem, com um golpe de sorte e a força do trabalho conjunto, dar passos gigantes frente às grandes empresas de discografia.

É assim que o debate em torno dos desafios que se colocam aos artistas e profissionais da cultura decorre, hoje, precisamente da extrema curiosidade e da fortíssima visibilidade de que os fenómenos de mudança nas formas de organização e no funcionamento dos mercados das artes se revestem. Se por um lado se assiste à «criativização» de todas as profissões, com a esfera do estético e do simbólico a invadir progressivamente a generalidade das actividades económicas, como J. M. Pais e V. Ferreira têm mostrado,<sup>1</sup> ou R. Caves nos faz notar quando nos diz que a criatividade é fruto de um complexo jogo de actuações com uma lógica mais individual ou mais colectiva; por outro lado, há especificidades das artes cuja análise pode ajudar-nos a ver o indivíduo como um empreendedor, qualquer que seja a sua profissão, com necessidade de visibilidade em círculos cada vez maiores. Se quisermos, é o movimento de *aller et retour* (ida e volta), a expressão de M. Jouvenet a propósito da música *rap*, mas que se aplica a artistas de outros sectores e, claro está, aos trabalha-

---

<sup>1</sup> Cf. projecto intitulado «Jovens, subjectividades e horizontes profissionais: criativização da profissão e profissionalização da criatividade», em contexto português e brasileiro (Instituto de Ciências Sociais). <http://www.ics.ul.pt/instituto/?ln=p&mm=2&ctmid=04&mnid=1&doc=31809901190&sec=3&idpro=295&pid=113> (consultado em Setembro de 2011).

dores culturais: o indivíduo leva e traz mais-valias da sua vida artística, do seu meio de criação, daqueles a quem dá voz, para a sua vida de profissional, onde desenvolve estratégias de proximidade com aqueles que o ouvem.

Do ponto de vista da análise sociológica, o reconhecimento de um trabalho depende largamente das avaliações do *output* artístico, pelos programadores e curadores que permitem a sua visibilidade, pelos professores, pelos pares, ou outros *stakeholders* importantes, como os críticos (para além de pelos próprios públicos...). Pode ser acolhido por prémios e recompensas. Mas este tipo de considerações não podem resultar apenas da opinião isolada, isso não torna um artista famoso. Há até artistas que gozam do apoio do seu círculos de pares mas que continuam desconhecidos de franjas mais alargadas da população (ou mesmo do seu campo artístico específico). Uma convenção partilhada por poucos acerca do valor e da reputação de um artista ou de uma obra é certamente importante e fundamental para a legitimação nesse pequeno mini *art world*, mas não é a mesma coisa que uma convenção partilhada por uma ampla parcela da sociedade, de uma legitimação alargada que ultrapasse as fronteiras desse pequeno mundo. O renome é uma forma cosmopolita de reconhecimento para além dos círculos esotéricos, secretos, em que o artista se move. É medido pelo quanto uma pessoa é conhecida especificamente fora do mundo da arte e depende da publicidade que os críticos, os intermediários e todos aqueles que ajudam a promover conseguem fazer. Os indicadores do renome de um indivíduo consistem em geral em factores associados à sua visibilidade na imprensa, nas vendas, ou em outro tipo de atenção que o trabalho ou a pessoa do artista conseguem obter.

Na prática, o renome ou a reputação mais generalizada ou massificada de um artista ou criador verificam-se quando uma convenção acerca do seu valor é partilhada por um número mais amplo de pessoas (muitas vezes via processos de mediação mais «industrializados»), e portanto a sua legitimação é mais alargada. Naturalmente, este facto, por si só, não significa de todo que esse renome corresponda necessariamente a um maior nível de mérito, de qualidade, ou de criatividade (nem sequer o reconhecimento pelos conhecedores mais especializados), mas reflecte apenas os resultados de um processo de mediação, que pode ser mais directo ou mais difuso, mas que cruza sempre um conjunto diversificado de interesses e objectivos, de um conjunto múltiplo de intermediários. Muitos destes últimos, aliás, jogam não só benefícios económicos e simbólicos, como a própria reputação e legitimação neste jogo, através da sua própria actuação como mediadores, definindo, estruturando e posicionando-se em

múltiplos campos paralelos de legitimação e reconhecimento. Os processos de criação e sustentação de reputações são portanto fulcrais na criação de valor económico, social e cultural nos campos artísticos, e ocorrem frequentemente no seio de processos muito descentralizados e complexos, onde funcionamento do mercado, procura de distinção, motivações estéticas e simbólicas, lógicas associadas a processos de individuação, ou a culturas organizacionais específicas, entre muitos outros aspectos, influem em simultâneo, e muitas vezes de forma contraditória, nesta construção social das reputações e do renome artístico.

Digamos no entanto, para simplificar, que apesar de apenas um punhado de artistas chegar ao auge da celebridade – espelhando nitidamente a «A list/b list property» e os mecanismos subjacentes de minimização de risco que Caves (2000), de forma tão lúcida, denota nas actividades criativas –, pode considerar-se que um artista consegue obter renome quando o seu nome está estabelecido fora do mais íntimo mundo dos seus colegas e de uma mão-cheia de clientes admiradores (Moulin 1992).

A visibilidade, o grau de visibilidade, define o renome (Lang e Lang 1988). A visibilidade alimenta-se, multiplica-se, é cumulativa. Nas artes apenas conseguimos medir o valor artístico e a originalidade em termos relativos, mas utilizam-se os prémios, os *rankings*, as audições de actores e bailarinos para fazer comparações e competições incessantes, sucessivas, «hierarquias de talentos», para utilizar a expressão de Rosen (1981). O reconhecimento atrai a procura: um texto escrito por alguém famoso ou um espectáculo assinado por um encenador reconhecido têm mais visibilidade. No fundo, procura-se a qualidade que diferencia o indivíduo um do outro. Toda esta dinâmica explorada por alguns dos *gatekeepers*, muitas vezes como forma de eles próprios criarem valor (seja ele económico, social ou cultural), acabam por reforçar o sucesso de um artista, marcando as diferenças (seja uma galeria de arte ou uma editora, um jornalista que noticia um evento, um programador ou um simples repositor de livros ou discos nas montras de uma grande loja cultural).

No entanto, não podemos esquecer que estas situações de mediações e estes processos não são muitas vezes tão simples e lineares, e, sobretudo, que são acompanhados nos dias de hoje de transformações profundas e dinâmicas muito multifacetadas. A legitimação e a reputação artística fazem-se cada vez mais em miríades de campos mais diversificadas, e através de grelhas de (des)codificação cada vez menos homogéneas, mais dessacralizadas e necessariamente mais diferenciadas. Os processos de mediação são cada vez mais intangíveis e difusos, podendo em muitos casos estar assentes em redes de sociabilidade muito dispersas, mais ou

menos cruzadas e interpenetradas, por exemplo, utilizando a internet ou outros veículos, as redes sociais digitais, etc. Se pensarmos em múltiplas subculturas musicais, em algumas formas de arte urbana, em certos movimentos nas artes performativas ou visuais, ou em fenómenos de culto em torno do *Manga*, do *Anime* ou de alguns videojogos, por exemplo, é fácil percebermos que já não nos movemos nos mecanismos de «mediação» e dos processos de *gatekeeping* tradicionalmente conceptualizados nas tradições analíticas da sociologia ou da economia da cultura. Importa ir portanto mais além, e perceber como se estabelecem e desenvolvem as reputações e a legitimação dos criadores artísticos e das suas obras, tendo em consideração as múltiplas lógicas e as múltiplas e permanentes reconfigurações dos «mundos da arte» contemporâneos, dos seus mercados e das trajetórias de carreira daqueles que ali trabalham e colaboram.

Conforme referimos no capítulo introdutório a este livro, assumindo análises com lógicas conceptual e metodologicamente bastante diversificadas, e atravessando panoramicamente diversas áreas artísticas e culturais, a reflexão efectuada ao longo dos diversos capítulos estruturou-se em torno de três eixos principais, correspondentes a cada uma das partes em que se organiza esta publicação:

- (i) a dimensão da construção do percurso artístico e da construção de carreiras e inserção no mercado de trabalho por parte dos criadores e artistas (que foi o foco da Parte I – Artistas, reputação e mercados de trabalho);
- (ii) a análise dos contextos sociais, culturais, geográficos e institucionais em que a criatividade se desenvolve e a actividade artística floresce, bem como da forma como são socialmente enraizadas e determinadas estas práticas (questão em torno da qual se organizou a Parte II: A criatividade no seu contexto: dinâmicas institucionais e territoriais); e
- (iii) a discussão acerca das transformações actuais na organização e regulação destas actividades e a forma como os novos desafios por que passam podem e devem ser tomados em conta na estruturação e na análise das trajetórias de carreira nestes mercados de trabalho (focando o debate em torno dos novos desafios e dilemas que se colocam na organização do sector criativo, na Parte III).

Estas três perspectivas complementares através das quais olhamos para as novas formas de organização e estruturação da actividade criativa e dos mercados de trabalho artísticos deixam-nos directamente três grandes

interrogações que importa explicitar e com as quais nos devemos agora confrontar.

Em primeiro lugar, importa reflectir até que ponto a arte (e o campo de actividade artística) pode ser vista ou não como um «modelo» ou pelo menos um precursor para a reconfiguração dos mercados de trabalho que agora se generaliza em todos os campos da actividade económica e para o funcionamento dos mercados de trabalho em geral. Com efeito, o modelo de trabalho da actividade criativa, muitas vezes associado à precariedade, intermitência, falta de protecção social, etc., e assente maioritariamente no trabalho «por projecto», estruturado em torno de uma sequência de «colaborações» e de «projectos» sucessivos (e não efectuado sob a cobertura institucional permanente de uma organização), parece estar a generalizar-se e a ser crescentemente a regra nas economias actuais.

Muitos dos problemas há muito sentidos por artistas e criadores (por exemplo, a nível da estabilidade dos seus vínculos, da sua protecção social ou da protecção em caso de desemprego), em vez de se resolverem, parecem alastrar progressivamente a outros campos de actividade, bem como os desafios que se lhe colocam: desenvolvimento de esquemas de protecção associados à flexibilidade mas que garantam a segurança dos trabalhadores, em mercados de trabalho tão intermitentes e incertos, onde a rotação é a regra e o trabalho em torno do projecto o paradigma dominante.

Sendo certo que esta flexibilidade (e toda a liberdade associada) tem também aspectos muito positivos (e sobretudo, também muitas vezes ambicionados pelo criadores e essenciais para um desenvolvimento consistente da criatividade, pouco propensa a espartilhos institucionais demasiado condicionadores), há claramente aqui muito ainda a explorar e a entender sobre as novas formas que estas relações podem estabelecer e como se podem pensar, de forma alargada, esquemas de protecção consistentes para o paradigma de mercado de trabalho e construção de carreiras dominante nas actividades criativas, agora que ele tende a alastrar para outros campos da economia e a ganhar visibilidade (e premência social e política).

Em segundo lugar, importa pensar de que forma as actividades artísticas e culturais podem ser também assumidas de forma paradigmática para nas sociedades contemporâneas se pensar a diversidade de lógicas de governação/regulação que atravessam os sistemas económicos e sociais e que consubstanciam as suas dinâmicas e as condições para a sua sustentabilidade. Com efeito, a diversidade de situações e dinâmicas associadas a estas actividades nas sociedades contemporâneas (cuja variedade

apenas pudemos vislumbrar minimamente no reduzido número de contributos possíveis nesta publicação, mas que é claramente patente na literatura recente sobre dinâmicas culturais e criativas) remete-nos para a importância dos contextos sociais, culturais, geográficos e institucionais em que a criatividade se desenvolve e em que a produção e o consumo cultural ocorrem. Entender a forma como estas práticas são fortemente determinadas socialmente e territorialmente enraizadas é fundamental para perceber estas dinâmicas e para pensar a sua sustentabilidade. Face à diversidade das condições a elas associadas, o entendimento das lógicas de relação institucional, passando pelo mercado, pela intervenção pública, pelas redes de interdependências, pelas lógicas associadas a dinâmicas particulares de governanças muito territorializadas e enraizadas nas especificidades locais, etc., será cada vez mais um modelo para entendermos estas realidades complexas, e para, através delas, percebermos também de forma mais ampla o funcionamento das sociedades contemporâneas.

Finalmente, em terceiro lugar, importa também equacionar a importância da análise da actividade cultural e artística como base para reflectir sobre a organização e a regulação da actividade económica em geral nas sociedades actuais. À medida que a economia é crescentemente «invadida» por conteúdos simbólicos e culturais, e que portanto aquelas que são as características dos bens culturais (simplificadamente, e segundo Throsby, 2001, (i) envolvimento de alguma espécie de criatividade ou conteúdo criativo na sua provisão; (ii) comunicação de significado estético e simbólico; e (iii), importância da autoria, ou de pelo menos potencialmente consubstanciarem a possibilidade de direitos de propriedade intelectual) se alargam a cada vez mais campos da actividade económica e social (com a expansão do sector «criativo»), será que os instrumentos desenvolvidos pela economia e pela sociologia da cultura serão agora mais determinantes para analisar as restantes actividades económicas?

Sem dúvida que sim. As teorias mais convencionais nos campos da economia e da sociologia sempre tiveram dificuldade em lidar com a «falta de racionalidade» dos agentes económicos ou dos actores sociais face ao «esperado» à luz das teorias, com a criação de valor por vezes aparentemente inexplicável, com as subjectividades do individuo face aos determinismos das estruturas sociais, com as preferências e os «gostos» dos consumidores culturais e mesmo com o papel dos «intermediários» que pululam nestes mercados e a diversidade de funções que desempenham.

Decerto, muitos dos instrumentos desenvolvidos pela sociologia e pela economia da cultura são hoje úteis para explicar o funcionamento de uma sociedade e de uma actividade económica onde estas características já não

são a excepção, mas são a regra na generalidade da actividade e das práticas sociais, e onde não só o da provisão e o usufruto de um automóvel ou de uma camisola, por exemplo, beneficiam em ser vistos com as lentes desenvolvidas para a análise dos bens culturais, como mesmo outros processos e práticas aparentemente diversos apresentam semelhanças inolvidáveis com o que se passa nos mercados culturais (pense-se por exemplo nos comportamentos dos mercados financeiros ou imobiliários e como a construção de reputações e convenções acerca do valor dos bens por um conjunto de «mediadores»-chave é algo com tantas semelhanças com o que os sociólogos e os economistas da cultura há muito andam a estudar...).

E é neste quadro que, como consequência imediata das discussões tidas em torno do ciclo de conferências que originalmente lançou as bases para esta publicação, e do trabalho posteriormente desenvolvido em torno da edição deste livro, nos surge um interesse específico por aprofundar esta análise em conjunto e por desenvolver um conjunto de temas e problemáticas novas, intimamente ligados às questões aqui suscitadas. Muitas são naturalmente as questões e os desafios com que nos deparamos, mas temos para já a consciência clara de que importa aprofundarmos a reflexão aqui iniciada em pelo menos três grandes linhas de análise, que nos propomos retomar, e para as quais convidamos o leitor a se nos juntar e a partilhar este debate connosco.

A primeira destas linhas associa-se aos processos de mediação e à criação de reputações e legitimações. Estes processos são fundamentais em todas as questões anteriormente levantadas, e cruzam os diversos desafios que se colocam às actividades culturais e, mais abrangentemente, à análise das práticas sociais e económicas da contemporaneidade. Aqui, como tivemos já oportunidade de defender, importa uma reflexão que vá para além daquelas que têm sido as perspectivas mais convencionais e consolidadas sobre os processos de mediação e os *gatekeepers*, mas que nos leve dos processos de intermediação e da análise dos mediadores para uma análise mais consistente e aprofundada dos mecanismos de construção (e sustentabilidade) das reputações e do renome dos artistas, das obras e dos próprios territórios, «cenas» e correntes em que a criação se desenvolve (cf. Costa 2011). A diversidade de lógicas, formas e objectivos dos processos de intermediação requer uma análise aprofundada, específica e comparativa destes mecanismos de construção das reputações e das lógicas em que assenta, em cada caso concreto, a sua sustentabilidade ao longo do tempo (cf. Borges, Truninger e Gomes Ferreira 2011).

A segunda destas linhas associa-se à necessidade de explorar com mais detalhe as lógicas institucionais que estão por detrás dos diversos proces-

soz associados à criação, produção, distribuição e fruição dos bens artísticos e culturais, e à organização dos processos criativos e dos mercados de trabalho artísticos. Isto passa necessariamente por uma compreensão mais aprofundada das lógicas sectoriais e territoriais que estão por detrás das dinâmicas geradas e que permitem o enraizamento destas lógicas nos contextos (sociais, geográficos, culturais, económicos, ambientais) em que surgem e em que se desenvolvem. É aqui fundamental a questão da sustentabilidade das dinâmicas criativas e da sua relação com a multiplicidade e a diversidade de formas de governança em que estes sistemas económicos e sociais se baseiam. Importa reflectir na diversidade de motivações, interesses, objectivos e lógicas comportamentais dos diversos actores sociais envolvidos (e portanto assumir também a multiplicidade das suas racionalidades, e não subestimando nunca a liberdade de acção individual) e perceber a forma como eles se organizam e como os sistemas (e instituições) em que desenvolvem a sua actuação se formam e se desenvolvem, analisando em particular as formas de regulação que os condicionam.

A terceira das linhas de reflexão futura que propomos associa-se à discussão sobre as políticas culturais e sua evolução num contexto de mudança como o que atravessamos. Muitos são os desafios que se abrem neste campo, face às transformações estruturais nas sociedades actuais, mas também àquilo que têm sido os quadros de evolução sobre a reconfiguração da intervenção pública nas economias nas últimas décadas e os seus limites. A intervenção pública no sector cultural é fundamental e naturalmente inquestionável, seja à luz das motivações estritamente culturais (por si só suficientes), seja das motivações estritamente económicas (face às falhas do mercado e a muitas outras ineficiências, como Baumol e Bowen 1966, entre muitos outros, bem demonstraram), seja ainda da multiplicidade de motivações (inclusão social, criação de emprego e valor económico, regeneração urbana, fomento da participação cívica e da cidadania, expressão identitária, etc.) pelas quais as «actividades criativas» têm sido muitas vezes mobilizadas (e por vezes instrumentalizadas) ao longo dos anos mais recentes.

Num contexto em que se afirmam múltiplas realidades, em termos de novas lógicas de governança, do intercruzamento entre políticas culturais e outras políticas (económica, de emprego, social, de desenvolvimento urbano, etc.), entre escalas de intervenção (compatibilizando a actuação nacional com as lógicas regionais, locais e transnacionais de actuação), entre modelos diversos de intervenção pública nas economias e nas sociedades (e os diversos modelos ideológicos subjacentes), importa

reflectir de forma aprofundada e consistente sobre o papel dos poderes públicos e das políticas culturais e sobre as novas necessidades, modelos e dinâmicas de intervenção pública, nomeadamente equacionando-as nos contextos específicos e particulares em que fazem sentido. Sem ter a pretensão de exaustividade, estas questões levantam sem dúvida um amplo campo de pesquisa, que quanto a nós importa desenvolver de forma a melhor equacionarmos o funcionamento dos mercados de trabalho artístico e criativo e a construção e gestão de carreiras e reputações neste campo. Esperamos que este livro seja um ponto de partida para todos os que se interessem por explorar estas problemáticas e que lhes tenha conseguido suscitar o interesse de connosco tentarem trabalhar na exploração destas linhas de pesquisa e na resposta a estas questões.

## Referências bibliográficas

- Baumol, William e William Bowen. 1966. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. Massachusetts: Yale University Press.
- Becker, Howard. 2006 [1982]. *Art Worlds*. Epilogue to the 25<sup>th</sup> Anniversary Edition: A dialogue on the Ideas of «World» and «Field» with Alain Pessin. Berkeley: University of California Press: 372-386.
- Borges, Vera, Mónica Truninger, e José Gomes Ferreira. 2011. *Reputação, Fama e Inovação: Diálogos em Marcha* (em preparação).
- Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge e Nova Iorque: Polity Press e Columbia University Press.
- Costa, Pedro. 2011. «The importance of gatekeeping processes and reputation building in the sustainability of creative milieus: evidence from case studies in Lisboa, Barcelona and São Paulo». In *Creative industries and innovation in Europe: Concepts, measures and comparative case studies*, ed. L. Lazzeretti. Routledge (no prelo).
- Durkheim, Émile 1985 (1912). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris, PUF.
- Francastel, Pierre. 1956. *Art et technique aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*. Paris: Éditions de Minuit.
- Heinich, Nathalie. 1991. *La Gloire de Van Gogh: Essai d'anthropologie de l'admiration*. Paris: Éditions de Minuit.
- Lang, Gladys Engel, e Kurt Lang. 1988. «Recognition and Renown: The Survival of Artistic Reputation». *American Journal of Sociology*, vol. 94 (1): 79-109.
- Menger, Pierre-Michel. 2009. *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Paris: Gallimard.
- Moulin, Raymonde. 1992. *L'Artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- Rosen, Sherwin. 1981. «The economics of superstars». *American Economic Review*, 71 (5): 845-858.
- Simmel, Georg. 1988 [1925]. *La tragédie de la culture et autres essais*. Marselha: Rivages.
- Throsby, David 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weber, Max. 1971 [1920]. *Économie et société*. Paris: Plon.
- Weber, Max. 1979 (1919). *O político e o cientista*. Lisboa: Editorial Presença.
- Zilsel, Edgar 1993[1926]. *Le génie. Histoire d'une notion, de l'Antiquité à la Renaissance*. Paris: Minuit.

Trata-se de uma abrangente colectânea internacional, organizada por dois dos melhores especialistas portugueses da área, Vera Borges e Pedro Costa, na qual se faz o ponto da situação das profissões artísticas e culturais no actual contexto de reconfigurações criativas e institucionais à escala global em que hoje operam as indústrias culturais, desde as artes plásticas às performativas e destas aos *media* de entretenimento. Cruzando a economia e a sociologia, bem como os estudos territoriais, este livro deixa-nos com uma visão panorâmica dos actuais campos culturais inédita em língua portuguesa.

Manuel Villaverde Cabral  
*Investigador Emérito do ICS*

O livro colige uma série de ensaios, alguns mais conceptuais e de banda larga, outros claramente direccionados para estudos de caso, tendo como mote o ciclo de seminários «Artists and cultural workers: careers and labour markets» e representando alguma da investigação mais inovadora e rigorosa que se tem produzido em Portugal e no estrangeiro sobre a economia da cultura, em cruzamento com a geografia e a sociologia da arte e das profissões artísticas, em particular no polémico e ambíguo domínio das «actividades culturais e criativas».

João Teixeira Lopes

Capa: Ilustração de **António Jorge Gonçalves**



Imprensa  
de Ciências  
Sociais

[www.ics.ul.pt/imprensa](http://www.ics.ul.pt/imprensa)

