

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Luciana Pereira de Avelar

**O PAPEL DO GOVERNO NO MERCADO: Um estudo sobre o mercado
cultural durante a pandemia**

Belo Horizonte
2023

Luciana Pereira de Avelar

**O PAPEL DO GOVERNO NO MERCADO: Um estudo sobre o mercado
cultural durante a pandemia**

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Administração, do Centro Federal de
Educação Tecnológica de Minas
Gerais, como parte dos requisitos
necessários à obtenção do título de
Mestre em Administração.

Orientador: Ronan Torres Quintão

Belo Horizonte
2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO DO CEFET-MG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO da Senhora Luciana Pereira de Avelar. No dia 29 de setembro de 2023, às 16h00min, reuniu-se, em webconferência, a banca examinadora de dissertação designada pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração do CEFET-MG para julgar o trabalho final intitulado “**O Papel do Governo no Mercado: um estudo sobre o setor cultural brasileiro durante a pandemia**”, linha de pesquisa: **processos e sistemas decisórios em arranjos organizacionais**. Abrindo a sessão, o Senhor Presidente da Banca, Prof. Dr. Ronan Torres Quintão, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa da aluna. Logo após, a Banca se reuniu, sem a presença da aluna e do público, para julgamento e expedição do seguinte resultado final:

() Aprovação.

(X) Aprovação com recomendação de aperfeiçoamento, condicionada à satisfação das exigências feitas pela banca examinadora.

() Recomendação de reapresentação.

() Reprovação.

O resultado final foi comunicado publicamente à aluna pelo Senhor Presidente da Banca. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Banca Examinadora.

Belo Horizonte, 29 de setembro de 2023.

Assinaturas:

Prof. Dr. Ronan Torres Quintão (Orientador - PPGA-CEFET-MG)

Prof. Dr. Luís Fernando Varotto (UEM)

Profa. Dra. Simone Marília Lisboa (IFSP)

Documento assinado digitalmente
gov.br RONAN TORRES QUINTAO
Data: 03/10/2023 15:43:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
gov.br LUIS FERNANDO VAROTTO
Data: 04/10/2023 09:06:44-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
gov.br SIMONE MARILIA LISBOA
Data: 03/10/2023 18:17:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dedico este trabalho aos meus familiares e amigos que se tornaram saudade durante este processo de mestrado.

Mãe (Maria Lúcia), você é o farol de amor e bondade que ilumina minha jornada.

Irmão (Helinho), você me ensinou a ter compaixão e a enxergar o mundo de uma maneira menos óbvia.

Amiga (Raquel), tivemos toda uma vida de amizade. Pena que outro coração não pôde dar ritmo aí dentro.

Amiga (Marilda), sua risada e alegria de viver ainda ecoam como uma melodia suave em minhas lembranças.

Amigo (Charles), pena que viver se tornou difícil demais para você. Espero que tenha encontrado serenidade e paz.

Carrego em mim uma profunda e eterna gratidão por tudo o que vocês continuam representando na minha vida.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar minha gratidão ao professor Ronan Quintão por sua paciência e disponibilidade ao longo da minha caminhada no mestrado. Reconheço que houve diversos momentos em que não consegui demandar ou aproveitar ao máximo do processo, mas sua compreensão e apoio foram e continuam sendo fundamentais.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Ao longo da nossa jornada, somos constantemente moldados e influenciados por uma variedade de forças e acontecimentos. Tal qual um mosaico artístico, composto por peças de cores, formas e tamanhos distintos, a vida é um palco para uma diversidade infinita de experiências. A seguir, busco expressar minha profunda gratidão e carinho por aqueles que tiveram um papel fundamental na construção deste meu mosaico nos últimos três anos.

A educação é fundamental para o progresso individual e coletivo das sociedades, sendo o professor, peça central nesse processo. Meu carinho especial a Lilian Bambirra pelas aulas, coordenação de estágio e muitas conversas; a Daniel Paulino pela coordenação no Programa Engrena; a Uajará Pessoa pela intensa troca no Grupo de Pesquisa Orbis Scientia; e estendo o reconhecimento à Patrícia Fonseca por todo seu cuidado e suporte. Aproveito para agradecer também a Jane Henriques e Rodolfo Leite, amigos que o mestrado me deu.

A família é o porto seguro que acolhe, cuida e também precisa ser cuidada. Em meio às adversidades, nossa união se tornou ainda mais potente. Ao meu pai (Hélio), meus irmãos Luciene e Ercílio, meus sobrinhos Fernando, Gabriela e João Paulo, todo o meu amor por e para vocês. Muito obrigada pelo colo e pela paciência. Minha vida é infinitamente mais rica e significativa por ter vocês comigo.

A amizade é um vínculo que transcende as palavras e se alicerça nas pequenas ações, nos gestos despretensiosos e naquelas conversas silenciosas que comunicam mais do que mil palavras. Amigos de verdade, são a família escolhida, tornam-se companheiros de jornada, caminhando conosco por trilhas ensolaradas e tempestades inesperadas, sempre nos lembrando de que não

estamos sozinhos. Beatriz Andrade, Flávia Buéri, Mariana Andrade e Valdir Júnior, obrigada pelo suporte e pela presença.

A saúde mental é o pilar que sustenta a plenitude da nossa existência. É a base que nos permite sonhar, amar, criar e enfrentar os desafios com resiliência e esperança. Cuidar da mente é essencial para podermos alcançar o melhor de nós mesmos e Dra. Luciana Farias e Bárbara Vitoriano têm sido fundamentais nesse processo. A ambas, meu profundo agradecimento.

O ambiente artístico, rico em diversidade e expressão, permite que ideias ganhem vida e que os limites do imaginável sejam constantemente desafiados. Agradeço a Andrea Sannazzaro, Cândida Borges, Cláudia Henrique, Gustavo Bartolozzi, Janamô, Leo Horta, Luciana Araújo e Thiago Welter por compartilharem trabalhos e ideias para juntos, transformarmos sonhos em realidade. De maneira especial, minha gratidão à Marina Espogeiro que, com toda a sua empatia, foi essencial para a continuidade dos projetos nos momentos mais conturbados.

“Você nunca saberá quão forte é até que ser forte seja a sua única opção.” (*Bob Marley*)

RESUMO

A presente pesquisa investiga o papel do governo nos mercados em contexto de crise com o objetivo de ampliar a discussão sobre esse ator em uma abordagem sistêmica de mercado. Para tanto, foi realizado um estudo qualitativo em que dados secundários como leis, comunicados oficiais e notícias, bem como entrevistas e conteúdo de plataformas online - *Spotify* e *Youtube* - foram analisados hermenêuticamente, tendo como contexto empírico o mercado teatral de Belo Horizonte que, devido à natureza de suas atividades, que normalmente necessitam do ambiente presencial para realização de suas trocas, foi muito impactado pela crise sanitária e econômica gerada mundialmente pela pandemia de Covid-19. O estudo traz luz sobre o governo - ator que é por vezes negligenciado pelos pesquisadores de CCT que investigam os sistemas de mercado - e destaca a importância das políticas públicas na dinâmica do mercado. A pesquisa também abordou o processo decisório em sistemas complexos e a racionalidade limitada. Os resultados revelaram que, apesar da implementação da política pública ter sido crucial para a sobrevivência do mercado teatral durante o período pandêmico, os governos tiveram papéis muito distintos nos âmbitos federal e municipal.

Palavras-chave: Mercado. Governo. Setor Cultural.

ABSTRACT

This research investigates the role of the government in markets in a crisis context with the aim of expanding the discussion about this actor in a systemic market approach. To this end, a qualitative study was carried out in which secondary data such as laws, official communications and news, as well as interviews and content from online platforms - Spotify and Youtube - were analyzed hermeneutically, using the Belo Horizonte theater market as its empirical context, which, due to The nature of its activities, which normally require a face-to-face environment to carry out exchanges, was greatly impacted by the health and economic crisis generated worldwide by the Covid-19 pandemic. The study sheds light on government - an actor that is sometimes neglected by CCT researchers investigating market systems - and highlights the importance of public policies in market dynamics. The research also addressed the decision-making process in complex systems and limited rationality. The results revealed that, although the implementation of public policy was crucial for the survival of the theatrical market during the pandemic period, governments played very different roles at the federal and municipal levels.

Keywords: Market. Government. Cultural Sector.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Covid-19 e Lei Aldir Blanc.....	51
Figura 2 – Dinâmica para Implementação da LAB	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Gêneros de pesquisa do consumidor orientada para processos	23
Tabela 2 – Síntese das Políticas Públicas de Cultura no Brasil	31
Tabela 3 – Etapas de Implementação da LAB	35
Tabela 4 – Perfil dos Entrevistados	40
Tabela 5 – Conteúdo Analisados das Plataformas Online	42
Tabela 6 – Dados Secundários Utilizados	47
Tabela 7 – Categorias de Análise	59

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABM	Associação Brasileira de Municípios
BH	Belo Horizonte
CCT	Consumer Culture Theory (Teoria da Cultura de Consumo)
EMC	Estudos de Mercado Construtivistas
EnAnpad	Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
FIT-BH	Festival Internacional de Teatro Palco e Rua de Belo Horizonte
FMC-BH	Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte
LAB	Lei Aldir Blanc
MEC	Ministério da Educação
MEI	Microempreendedor Individual
MP	Medida Provisória
MSD	Market System Dynamics (Dinâmicas de Sistema de Mercado)
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PL	Projeto de Lei
PNC	Plano Nacional de Cultural
SEC	Secretaria Especial da Cultura
SNC	Sistema Nacional de Cultura
SUS	Sistema Único de Saúde
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	MERCADOS E SEUS ATORES: UMA ABORDAGEM SISTÊMICA	16
2.1	Abordagem sistêmica na construção e dinâmica de mercados.....	17
2.2	Os atores nos estudos de mercado	21
3	POLÍTICAS PÚBLICAS E MERCADO CULTURAL.....	27
3.1	Políticas Públicas de Cultura no Brasil	28
3.2	Mercado Cultural Brasileiro na Pandemia Covid-19.....	36
4	CONTEXTO EMPÍRICO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
4.1	Contexto empírico: mercado teatral de Belo Horizonte durante a pandemia decovid-19.....	41
4.2	Coleta de dados	42
5	RESULTADOS	52
5.1	Visão temporal e práticas de mercado observadas	52
5.2	Informantes e categorias de análise	55
5.3	Sobrevivência e sustentabilidade no mercado teatral.....	63
5.4	Abordagem sistêmica na sobrevivência do mercado cultural.....	65
6	DISCUSSÃO FINAL	68
	REFERÊNCIAS	69

1 INTRODUÇÃO

O mercado já foi estudado tomando como base o consumidor, sendo ele um ator que pode assumir o papel de empreendedor institucional de forma intencional (Scaraboto; Fischer, 2013) ou não (Dolbec; Fischer, 2015); trabalhar estrategicamente para alterar a dinâmica do mercado por meio de associações de consumidores com atividades formalmente organizadas (Kjeldgaard *et al.*, 2017); ou ainda, alinhar-se com produtores para garantir sistemas alternativos de produção e distribuição (Thompson; Coskuner-Balli, 2007). Estas diferentes abordagens refletem a diversidade e complexidade dos papéis que os consumidores podem desempenhar nos mercados, variando de simples compradores a influenciadores ativos da dinâmica do mercado. Outro ator muito contemplado nos estudos de mercado é o produtor. Sua participação já foi investigada no controle das lógicas de mercado (Ertimur; Coskuner-Balli, 2015), responsável por dar forma (Kjellberg; Helgesson, 2007) e pela sua transformação (Medeiros; Vieira; Nogami, 2013). Outras pesquisas analisam o papel das marcas (Ertimur; Coskuner-Balli, 2015; Giesler, 2012), das elites econômicas (Giesler; Veresiu, 2014), do espaço (Castilhos; Dolbec; Veresiu, 2017) e da mídia (Humphreys, 2010a) na dinâmica do mercado.

Entretanto, mesmo entendendo que o governo (incluindo agências reguladoras, secretarias municipais e estaduais, ministérios federais, entre outras instituições) exerce fortes impactos no mercado (Medeiros; Vieira; Nogami, 2013; Kjellberg; Helgesson, 2007), ele ainda é um ator pouco abordado pelos pesquisadores de CCT que investigam os sistemas de mercado. Este é um aspecto que merece mais atenção, dado o papel crucial que o governo pode desempenhar na regulação e orientação dos mercados. Nesse cenário em que são raros os estudos que investigam a influência do governo e que negligenciam a ação desse ator na garantia de sobrevivência de mercados, é que emerge a seguinte pergunta de pesquisa: qual o papel do governo no mercado em contexto de crise?

O presente estudo amplia a discussão sobre a participação do governo na dinâmica de mercado, colocando luz sobre as ações governamentais que buscam garantir a sobrevivência de mercados (Giesler; Fischer, 2017) em

especial por meio de políticas públicas sua relação com outros atores. Além da contribuição teórica pretendida, os resultados alcançados podem orientar gestores públicos e demais atores do setor cultural nos seus processos de tomada de decisão. Esta análise é particularmente relevante no contexto estudado, onde a pandemia de Covid-19 causou disrupções significativas nos mercados em todo o mundo. Para tanto, entendendo mercado como um sistema complexo, foi feita uma aproximação entre as abordagens do Sistema de Dinâmica de Mercado e dos Estudos de Mercados Construtivistas e uma retrospectiva das políticas públicas culturais no Brasil, correlacionando-os de maneira crítica, dando suporte a um estudo qualitativo processual, fomentado pela análise hermenêutica. Esta correlação crítica é crucial para entender como diferentes modelos e abordagens podem se complementar, contribuindo para uma análise mais robusta e abrangente. Como contexto empírico foi utilizado o mercado cultural brasileiro, tendo como um recorte de informantes profissionais ligados à cadeia produtiva do teatro da cidade de Belo Horizonte. Setor esse que devido à natureza de suas atividades, que normalmente necessitam do ambiente presencial para realização de suas trocas, foi muito impactado pela crise sanitária e econômica gerada pela pandemia de Covid-19, tendo a maioria das suas atividades suspensas por um longo período (Góes *et al.*, 2022).

Após essa breve introdução, no segundo capítulo apresento a perspectiva tradicional de análise de mercados, expondo suas limitações, e então introduzo a abordagem do pensamento sistêmico como uma alternativa. Exploro as duas principais correntes de pesquisa dentro da abordagem sistêmica: a Dinâmica do Sistema de Mercado (MSD) e os Estudos de Mercado Construtivistas (EMC), comparando essas abordagens e identificando suas semelhanças e diferenças, propondo uma aproximação entre elas. Além disso, a importância dos atores nos estudos de mercado, destacando a complexidade das interações entre consumidores e outros agentes envolvidos, como o governo.

No terceiro capítulo, conceituo a abordagem de políticas públicas de cultura adotada nesse estudo, apresento o contexto histórico das políticas culturais, seguida por desenvolvimento cronológico das diferentes fases dessas políticas no Brasil, destacando os governos e as mudanças ocorridas em cada período, ressaltando os impactos da crise sanitária de covid-19 no mercado cultural e a implementação da Lei Aldir Blanc.

No quarto capítulo, apresento o mercado teatral de Belo Horizonte durante a pandemia como contexto empírico e relaciono os procedimentos metodológicos adotados. No quinto capítulo, identifico as principais práticas de mercado, relacionando-as com a construção de significado por parte dos agentes culturais. Na sequência, aponto o papel do governo nesse processo e as estratégias e táticas que os atores do mercado podem empregar para lidar com crises e incertezas. Finalizando, no sexto capítulo temos a racionalidade limitada nos processos de tomada de decisão em sistemas complexos, como o mercado, os principais resultados, implicações práticas, limitações e recomendações para pesquisas futuras.

2 MERCADOS E SEUS ATORES: UMA ABORDAGEM SISTÊMICA

Tradicionalmente, mercados são analisados a partir da perspectiva econômica neoclássica, sendo descritos como uma estrutura espontânea e estática onde o foco de pesquisas é voltado, sobretudo, para as relações de troca entre vendedores e compradores (Araújo; Kjellberg; Spencer, 2008), em um determinado sistema econômico ou setor de atividades (Kjellberg; Helgesson, 2007). No entanto, essa perspectiva tem limitações, pois concentra apenas no aspecto micro dos mercados, como estratégias de marketing, comportamentos de consumo, pensamentos e sentimentos dos consumidores, sem considerar como o mercado é constituído e como vários atores participam desse processo (Araújo; Finch; Kjellberg, 2010). Essa visão limitada, portanto, não abrange a totalidade do mercado, deixando de lado a complexidade e a interconectividade dos elementos que o compõem. Isso resulta em uma compreensão fragmentada e parcial do mercado.

Em resposta a essas limitações, surgiu a abordagem do pensamento sistêmico, que envolve quatro grandes alterações na forma como estudamos os mercados. Tais mudanças de perspectivas são: (1) das partes ao todo - sistemas complexos são totalidades cujas propriedades não podem ser reduzidas às de partes menores; (2) dos objetos aos relacionamentos - os objetos são vistos como redes de relacionamentos, inseridos em redes maiores; (3) das estruturas aos processos – o sistema complexo é mais que uma forma ou uma configuração estática de componentes; (4) da medição ao mapeamento – devido às características dos relacionamentos e processos, eles não podem ser medidos, mas podem ser mapeados, visando identificar padrões (Vargo *et al.*, 2017). Essa nova abordagem, portanto, oferece uma visão mais abrangente e integrada, reconhecendo que o mercado é um sistema complexo, composto por uma rede de relações entre diversos atores, e que suas propriedades não podem ser reduzidas às de seus componentes individuais.

Devido a esse dinamismo, os mercados possuem muitos formatos e configurações que não são necessariamente explicados por um único modelo teórico (Kjellberg; Murto, 2021), ou seja, reconhecendo a interconectividade e complexidade dos fenômenos estudados, o pensamento sistêmico é

multidisciplinar, podendo conectar diferentes perspectivas, tanto de subdisciplinas do marketing, como de outras disciplinas (Vargo *et al.*, 2017). Ele proporciona uma visão mais completa e multifacetada, permitindo que os pesquisadores explorem a complexidade e a interconectividade dos fenômenos de mercado, indo além das abordagens tradicionais e proporcionando novas perspectivas e *insights*.

2.1 Abordagem sistêmica na construção e dinâmica de mercados

Considerando a abordagem sistêmica, dentre as correntes de pesquisas que buscam aumentar a compreensão sobre o surgimento e transformações dos mercados, transcendendo a visão mecanicista de mundo e considerando a totalidade, os relacionamentos, os processos e os padrões (Vargo *et al.*, 2017), estão a dinâmica do sistema de mercado (Giesler; Fischer, 2017; Giesler, 2008) e os estudos de mercados construtivistas (Harrison; Kjellberg, 2016; Kjellberg; Helgesson, 2007; Kjellberg; Helgesson, 2006). Essas abordagens trouxeram os mercados de volta ao centro do pensamento de marketing contemporâneo, enfatizando a importância de se compreender os mercados em sua complexidade e natureza dinâmica (Nøjgaard; Bajde, 2021).

Nos últimos anos, o aumento do interesse dos pesquisadores nacionais pelo campo de estudos de mercado resultou em progressos significativos. Em 2019, no EnAnpad, foi estabelecido um segmento focado em “Construção e Dinâmicas de Mercado”, o que potencializou o trabalho dos grupos de pesquisa relacionados ao tema e ampliou a disseminação do conhecimento para uma audiência mais extensa (Rezende; Castro, 2022).

2.1.1 Dinâmica do sistema de mercado - MSD

Giesler (2003) parte da premissa de que os sistemas sociais surgem da interação entre o observador e o observado, com ênfase na perspectiva do primeiro, que contextualiza o sistema social em questão. O ponto crucial destacado pelo autor reside na ideia de que o observado, enquanto receptor da comunicação, não interpreta a mensagem apenas pelo seu conteúdo, mas sim por meio de um conjunto de possibilidades de interpretação que emergem durante a troca de

informações entre os participantes.

Com base nesse conceito, o autor sustenta que, na teoria dos sistemas sociais em marketing, tanto a cultura de consumo quanto o conhecimento em marketing não podem mais ser vistos como entidades estáticas e predefinidas. Ambos surgem de maneira dinâmica a partir das interações entre as partes envolvidas na comunicação, influenciados por uma variedade de fatores, incluindo as práticas de negociação e as influências culturais e políticas. Nesse sentido, “trabalhar com o conceito de sistemas sociais em marketing significa tentar entender as interfaces das relações, o padrão que nos conecta e a matriz que incorpora a plenitude dos sistemas sociais, ecológicos e informacionais e seus ambientes ao nosso redor” (Giesler, 2003, p. 18). A abordagem apresentada pelo autor não apenas influencia uma discussão mais abrangente sobre os mercados, mas também estabelece as bases para uma contextualização essencial desse tema no contexto do marketing.

Em oposição ao entendimento neoclássico, a MSD é, portanto, uma reflexão que surgiu a partir da teoria da cultura do consumo (CCT) e defende a importância de uma abordagem sistêmica da dinâmica de mercado, apontando três vieses problemáticos de estudos anteriores e propondo novos enfoques: (1) ator econômico - de produtores / consumidores para um mercado resultante de negociações e práticas de múltiplos atores; (2) nível micro - de apenas micro para abordar também as dimensões meso e macro de mercado; (3) variância - de covariação entre variáveis dependentes e independentes para as questões de mudança, desenvolvimento e declínio de mercado ao longo do tempo e espaço (Giesler; Fischer, 2017). Dessa forma, os mercados são compreendidos como sistemas sociais complexos (Giesler, 2003; Giesler, 2008), vivos, permeados por um intenso dinamismo, onde se observam encontros, reencontros e desencontros de distintos atores, objetos e dispositivos, de interesses políticos e influências culturais (Giesler; Fischer, 2017).

2.1.2 Estudos de mercado construtivistas - EMC

De acordo com Araujo, Finch e Kjellberg (2010), a perspectiva convencional do marketing não aborda adequadamente a formação do mercado ou a participação dos agentes nesse processo, não considerando a dinâmica e a

complexidade dos mercados. Desta forma, é evidenciada a necessidade de se compreender o mercado por uma abordagem mais sistêmica, a partir e dentro do marketing (Araujo, 2007; Vargo, 2007), destacando a importância do marketing na construção e difusão de mercados (Araujo; Finch; Kjellberg, 2010), compreendendo como suas atividades causam tais efeitos, em vez de simplesmente descrevê-los (Araujo, 2007).

Tendo como foco de interesse a forma como os mercados são construídos de maneira contínua, por meio de práticas concretas de mercado realizadas por diversos atores como compradores, vendedores, reguladores, intermediários, agentes governamentais e não governamentais, emerge um campo de estudos em marketing conhecido como Estudos de Mercado Construtivistas (Leme; Rezende, 2018). Este campo de estudos reconhece a importância das ações e interações dos atores na formação e transformação dos mercados. Mason, Kjellberg e Hagberg (2015) enquadram os EMC na grande área de pesquisas sobre performatividade do marketing. E, Leme e Rezende (2018, p. 138), “uma face importante das abordagens performativas é justamente que a atenção dos pesquisadores se volta para que as atividades, as práticas, o que foi dito e feito em determinado local, terminam por causar efeitos em determinado mercado”. Os autores entendem assim que, entre outras forças, a disciplina de marketing atua ativamente na construção e reconstrução dos mercados (Leme; Rezende, 2018). Para se compreender o papel do marketing em tal processo, (Araujo; Finch; Kjellberg, 2010) sugerem as seguintes premissas, que fornecem uma base teórica para a análise e compreensão dos mercados a partir da perspectiva dos EMC: a) mercados são resultados práticos; b) o conhecimento em marketing é performativo; c) transações de mercado requerem enquadramento; d) os agentes de mercado são híbridos coletivos. Dessa maneira, os profissionais de marketing têm a possibilidade de estudar uma série de práticas, esforços regulatórios, trabalhos científicos, ações estratégicas e atos ordinários do fazer, circuitos de produção e distribuição (Araujo; Finch; Kjellberg, 2010).

As ações que ocorrem continuamente e podem modificar relações, estruturas e interações, possibilitando a formatação de mercados, são tratadas como práticas de mercado (Nogami; Vieira; Medeiros, 2015). Kjellberg e Helgesson (2007) sugerem uma estrutura analítica para o estudo de mercados constituída por três tipos de práticas interligadas - práticas transacionais, normativas e

representacionais.

As práticas transacionais, de acordo com Kjellberg e Helgesson (2007), estão relacionadas às atividades concretas de mercado envolvidas na realização das transações individuais, contribuindo com a estabilização temporária e, desta maneira, permitindo que se realize uma troca econômica. Conforme citado por Leme e Rezende (2018), dentre as atividades da prática de troca podem estar a especificação e apresentação de produtos, negociação de preços e condições de entrega, por exemplo. Vale ressaltar que as relações trocas também envolvem outros fatores como aspectos sociais e culturais (Nogami; Vieira; Medeiros, 2015; Kjellberg; Helgesson, 2007; Hagberg; Kjellberg, 2010).

As práticas representacionais, segundo Medeiros (2013), são importantes na constituição de mercados e essenciais para mostrar como eles são moldados (Kjellberg; Helgesson, 2007). Tais práticas são os meios que permitem que os agentes deem visibilidade aos seus negócios (Medeiros, 2013), descrevendo o desempenho dos mercados nos quais estão inseridos por meio de uma linguagem comum - imagens, símbolos, textos e conceitos, por exemplo (Medeiros, 2013; Kjellberg; Helgesson, 2007). Nesse contexto, a capacidade performativa é essencial, pois permite diferenciar uma organização da outra (Nogami; Vieira; Medeiros, 2015).

As práticas normativas se referem às normas sobre como o mercado deve ser configurado de acordo com um determinado grupo de atores (Kjellberg; Helgesson, 2007), baseando-se em normas, leis, regulamentos, certificados, restrições, autorizações e outras medidas que visam estruturar o mercado (Kjellberg; Helgesson, 2006). Embora essas práticas possam ser resultantes de embates entre atores (Nogami; Vieira; Medeiros, 2015), é quando elas são aceitas pelos agentes econômicos, presumindo-se que existe um equilíbrio e um modelo de negócio estabilizado, que as práticas transacionais se tornam mais eficientes (Kjellberg; Helgesson, 2007; Araujo; Kjellberg; Spencer, 2008).

2.1.3 MSD x EMC: uma aproximação possível

Nøjgaard e Bajde (2021) realizaram uma comparação entre MSD e EMC, apontando diferenças, semelhanças, interconexões e o que uma abordagem

pode contribuir com a outra. Esta comparação é importante para entender a evolução do pensamento acadêmico no campo do marketing e para identificar novas direções para a pesquisa futura.

Tanto MSD, quanto EMC (1) entendem que mercados são continuamente construídos e devem ser estudados de maneira processual; (2) se interessam em como as ideias (conceitos, categorias ou modelos mentais) participam da construção de mercados; (3) consideram diversos atores, além dos tradicionais - compradores e vendedores. Estas semelhanças indicam uma mudança na forma como os acadêmicos entendem e estudam os mercados, afastando-se de uma visão estática e linear para uma visão mais dinâmica e complexa.

Na produção intelectual, os autores revelam que o MSD foi alimentado principalmente por acadêmicos e escolas de negócio da América do Norte, enquanto o EMC tende a ser representado por acadêmicos europeus. Como principais diferenças entre os dois campos, eles apontam: (1) na constituição do mercado os EMC enfatizam o papel das práticas, enquanto o MSD privilegia os significados; (2) os EMC estão mais preocupados com a experiência profissional, ao passo que o MSD se concentra em expressões culturais em grande escala, como ideologias e discursos; (3) os EMC direcionam atenção para fundamentos materiais de agência, já o MSD concentra-se na capacidade de construção de significado de agentes humanos (Nøjgaard; Bajde, 2021). Estas diferenças refletem diferentes ênfases e abordagens na análise dos mercados, mas também sugerem possíveis áreas de integração e colaboração entre as duas abordagens.

Embora reconheçam que existem mais diferenças do que semelhanças entre EMC e MSD, Nøjgaard e Bajde (2021) propõem que *insights* de um campo contribuam com as pesquisas do outro. Neste sentido, sugerem que os pesquisadores de MSD se aproximem das “infraestruturas” de construção de significado e considerem as práticas por meio das quais os significados dos mercados emergem.

2.2 Os atores nos estudos de mercado

Conforme mencionado anteriormente, grande parte dos estudos de

mercado utilizam os consumidores como base de investigação. Eles podem ser reconhecidos como atores que mudam a estrutura do mercado ao contestar, resistir e rejeitar determinadas condições (Giesler, 2008). Essa resistência pode ser vista como uma forma de expressão da insatisfação do consumidor com o status quo do mercado, o que pode levar a mudanças significativas na forma como o mercado opera.

Ao desempenharem papel relevante na mudança de campo, atuando sobre sua insatisfação, os consumidores são chamados de empreendedores institucionais (Scaraboto; Fischer, 2013). Este termo é usado para descrever os consumidores que não apenas consomem, mas também influenciam ativamente as práticas de mercado através de suas ações e comportamentos. Sendo que os consumidores engajados satisfeitos também podem alterar a dinâmica de mercado, mesmo de maneira não intencional (Dolbec; Fischer, 2015).

De acordo com esse raciocínio grupal, os compradores podem mudar o cenário do mercado por meio de ações formalmente organizadas. (Kjeldgaard *et al.*, 2017), cocriar valor em redes colaborativas (Figueiredo; Scaraboto, 2016), ou ainda, responder ativamente à cooptação corporativa, resistindo a ela e estabelecendo sistemas alternativos de produção e distribuição (Thompson; Coskuner-Balli, 2007). Essas ações podem variar desde a participação em grupos de consumidores organizados até a criação de novos modelos de negócios que desafiam as práticas de mercado existentes.

O consumidor pode ser ainda um empreendedor não-antagonista (Martin; Schouten, 2014). Essas ações podem variar desde a participação em grupos de consumidores organizados até a criação de novos modelos de negócios que desafiam as práticas de mercado existentes.

2.2.1 Pesquisa do consumidor orientada para processos

Nos estudos que consideram os aspectos culturais do consumo, os consumidores podem aparecer como agentes de mudança, sujeitos da mudança ou recursivos - ao mesmo tempo, são agentes de mudança e afetados pelas mudanças com as quais contribuíram para que acontecessem (Giesler; Thompson, 2016). Este é um aspecto importante a ser considerado, pois

destaca o papel ativo dos consumidores na formação e transformação dos mercados.

Além do tipo de consumidor, os autores também caracterizaram três enfoques teóricos para analisar mudanças em mercados, são elas: transformativa, topológica e disruptiva (tabela 1). Estes enfoques teóricos fornecem diferentes lentes através das quais podemos entender as mudanças nos mercados e o papel dos consumidores nessas mudanças.

A transformativa assume que o modelo estudado possui evolução contínua ao longo da história e uma lógica estrutural, tendo as mudanças como um processo de respostas adaptativas a determinado contexto. Este enfoque sugere que as mudanças nos mercados são graduais e previsíveis, resultantes de adaptações a mudanças no ambiente. Já a topológica, em contrapartida, não segue a lógica estrutural ordenada. Ela foca nos pontos de descontinuidade, identificando como contradições, conflitos e acidentes históricos resultam em lutas por diversos tipos de recursos, reconfiguram os padrões de relações de poder. Este enfoque reconhece que as mudanças nos mercados podem ser caóticas e inesperadas, originadas de tensões e paradoxos. Assim como a topológica, a disruptiva também observa a mudança das relações de poder. Porém, o foco é nas mudanças históricas que são tão perturbadoras que provocam ruptura, gerando instabilidade e consequências imprevisíveis para o consumidor ou mercado (Giesler; Thompson, 2016). Da união entre os enfoques teóricos e a adesão do consumidor, os autores, identificaram nove gêneros de teorização de processos (Tabela 1), abaixo:

Tabela 1 – Gêneros de pesquisa do consumidor orientada para processos

Tipo de mudança	Consumidor - Agente de mudança	Consumidor - Sujeito de mudança	Consumidor - Sujeito recursivo
Transformativa	Transformação orientada para o consumidor	Transformação institucional	Transformação recursiva
Topológica	Reconfiguração indicada por consumidores	Reconfiguração institucional	Reconfiguração recursiva
Disruptiva	Disrupção impulsionada por consumidores	Disrupção institucional	Disrupção recursiva

Transformação orientada para o consumo: o consumidor desempenha o papel de agente de mudança, sendo responsável por impulsionar e influenciar a transformação de produtos, práticas e infraestruturas de mercado. Um exemplo seria quando os consumidores adotam práticas de consumo sustentável e influenciam as empresas a desenvolverem produtos mais *eco-friendly*.

Transformação institucional: o consumidor é visto como sujeito de mudança, sendo afetado e moldado pelas discursos e agendas dos atores institucionais do mercado. Por exemplo, análises desse tipo podem investigar como as práticas de consumo são influenciadas por discursos e poderes institucionais, levando à legitimação de determinadas práticas ou indústrias.

Transformação recursiva: o consumidor desempenha um papel duplo, tanto como agente de mudança quanto como sujeito afetado pelas condições institucionais revisadas. Isso significa que o consumidor não apenas impulsiona a mudança, mas também é impactado por ela. Um exemplo seria quando os consumidores participam ativamente de mudanças disruptivas, como movimentos sociais ou protestos, que por sua vez reconfiguram as condições de consumo.

Reconfiguração indicada por consumidores: os consumidores têm um papel central na indicação de mudanças e reconfigurações no mercado. Eles podem expressar suas preferências, demandas e necessidades, influenciando as empresas a adaptarem seus produtos e serviços de acordo. Por exemplo, quando os consumidores exigem opções mais saudáveis ou sustentáveis, as empresas respondem lançando produtos que atendem a essas demandas.

Reconfiguração institucional: o foco está na forma como a subjetividade do consumidor é produzida e moldada pelas interações entre discursos de mercado, objetivos conflitantes e ajustes táticos nas relações de poder. Isso pode envolver a análise de como as práticas de consumo são influenciadas por discursos institucionais e como os consumidores se adaptam e respondem a essas influências.

Reconfiguração recursiva: o consumidor desempenha um papel ativo na reconfiguração das condições de consumo, que por sua vez afetam e restringem suas próprias possibilidades. Isso pode envolver a análise de como os consumidores se movem de uma obediência às prescrições governamentais para uma rejeição delas, ou como eles se tornam mais autodeterminados como

sujeitos de consumo.

Disrupção impulsionada por consumidores: Nesse processo, os consumidores desempenham um papel fundamental na promoção de mudanças disruptivas no mercado. Eles podem desafiar as normas estabelecidas, questionar práticas tradicionais e impulsionar a inovação. Um exemplo seria quando os consumidores adotam tecnologias disruptivas, como aplicativos de compartilhamento de carona, que transformam a indústria de transporte.

Disrupção institucional: Nesse processo, a análise se concentra em como as mudanças disruptivas afetam as instituições e estruturas de mercado existentes. Isso pode envolver a análise de como as práticas de consumo são desafiadas e transformadas por inovações tecnológicas ou mudanças nas preferências dos consumidores.

Disrupção recursiva: Nesse processo, os consumidores desempenham um papel ativo na criação de mudanças disruptivas que, por sua vez, reconfiguram e muitas vezes restringem suas próprias condições de possibilidade. Isso pode envolver a análise de como os consumidores se movem de uma conformidade com as prescrições governamentais para uma rejeição delas, ou como eles se tornam mais autodeterminados como sujeitos de consumo.

Estes nove gêneros de teorização fornecem uma estrutura útil para compreender as diferentes maneiras pelas quais os consumidores se relacionam com as mudanças nos mercados.

Além dos consumidores, outros atores também já foram enfatizados pelos estudos sobre a dinâmica de mercados, dentre eles tem-se: marcas (Giesler, 2012); produtor (Ertimur; Coskuner-Balli, 2015); profissionais de marketing (Humphreys, 2010a; Humphreys, 2010b); religião (Izberk-Bilgin, 2012; Karababa; Ger, 2011); internet (Chintagunta; Gopinath; Venkataraman, 2010; Scott; Orlikowski, 2014); dimensão espacial - lugar, território, escala e rede espaço (Castilhos; Dolbec; Veresiu, 2017); elites econômicas (Giesler; Veresiu, 2014). Estes atores desempenham papéis importantes na dinâmica dos mercados e podem influenciar as mudanças nos mercados de várias maneiras.

Já nos estudos construtivistas, atores políticos aparecem na regulamentação e legitimação de mercados (KJELLBERG; OLSON, 2016) e na manutenção do livre comércio (Coskuner-Balli; Tumbat, 2017). Estes atores

políticos podem ter um impacto significativo na forma como os mercados são regulados e legitimados, o que pode influenciar a dinâmica dos mercados e as oportunidades para os consumidores.

2.2.2 Governo: Um ator importante e negligenciado

No contexto dos mercados e de seus atores, mesmo entendendo que o governo exerce fortes impactos no mercado (Kjellberg; Helgesson, 2007; Nogami; Vieira; Medeiros, 2015), ele ainda é um ator pouco abordado pelos pesquisadores de CCT. Isso pode ser devido à complexidade e à amplitude do papel do governo, que vai além da regulação e inclui, dentro de outras coisas, a formulação e implementação de políticas públicas.

No próximo capítulo, haverá uma breve contextualização sobre políticas públicas de cultura no mundo e, na sequência, as políticas culturais brasileiras serão apresentadas a partir de uma perspectiva temporal, revelando também algumas características das outras dimensões citadas acima. Esta análise permitirá uma compreensão mais profunda das políticas culturais no Brasil e de como elas se encaixam no contexto global das políticas públicas de cultura.

3 POLÍTICAS PÚBLICAS E MERCADO CULTURAL

Rubim (2022) afirma que o período fundacional das políticas públicas de cultura no Ocidente está compreendido entre as décadas de 30 e 60 do século XX. Este foi um momento de intensa atividade política e social, com a emergência de novas ideias e conceitos que moldariam o campo da cultura para as décadas seguintes. Período em que houve a institucionalização de organismos que tratavam das relações entre os poderes públicos e a cultura, marcado especialmente pela criação do Ministério dos Assuntos Culturais na França, em 1959 (Rubim, 2009; Calabre, 2007). Tal iniciativa marcou uma mudança de paradigma em que a cultura não era mais vista como uma ferramenta política, mas sim como um fim em si mesma, com a política atuando como um meio para atingir esse fim (Rubim, 2022).

Não demorou muito para que a política cultural da França se internacionalizasse. Nesse processo, destaca-se a atuação da UNESCO¹, com diversas iniciativas² no campo da cultura que, por meio de convenções, declarações e recomendações, produziram repercussão em diversos países (Rubim, 2009). Mesmo países com regimes autoritários, como o Brasil na época, foram influenciados por esse agendamento.

A cultura, como conceito, é multifacetada e complexa. Possui um caráter transversal, utilizado em diversas áreas do conhecimento, existindo, portanto, várias interpretações e usos (Canedo, 2009). Por consequência, as noções de políticas culturais também são múltiplas. Neste estudo, a definição é a de Nestor Garcia Canclini, que entende política cultural como:

conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis e grupos comunitários organizados com o objetivo de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou transformação social. Mas esse caminho precisa ser ampliado levando em conta o caráter transnacional dos processos simbólicos e materiais na atualidade. (Canclini, 2001).

A explicação do autor abrange dois componentes vitais: a participação de

¹ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) é uma agência especializada das Nações Unidas (ONU), fundada em 4 de novembro de 1946, com sede em Paris, na França.

² Iniciadas pela "Declaração Universal dos Direitos de Autor" em 1952.

entidades sociais em estratégias culturais e as metas dessas estratégias. Em relação aos participantes, antecipa-se que as ações incluam a colaboração entre o governo, organizações da sociedade civil e comunidades locais. Estes atores desempenham um papel crucial na formulação e implementação de políticas culturais. Já os objetivos são orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as demandas culturais dos indivíduos e auxiliar na manutenção ou mudança social. Isso envolve apoiar diversas expressões culturais clássicas, eruditas e populares, bem como dinâmicas inovadoras de movimentos sociais, comunitários, religiosos, étnicos ou de gênero. Embora a promoção de grandes eventos não seja desencorajada, é preferível priorizar ações que tenham significado contínuo e de longo prazo. Além disso, o ideal é que as atividades culturais ocorram mais próximas de onde as pessoas vivem, descentralizando as ações, tornando-as mais acessíveis ao público (Canedo, 2009).

Para garantir uma política cultural abrangente, o governo não pode se limitar a uma única concepção de cultura. Ignorar qualquer ponto de vista pode levar ao descuido de elementos cruciais, tais como a manutenção de heranças culturais, a importância econômica dos setores criativos e a influência da cultura no crescimento humano. A população (Canedo, 2009) e os diferentes agentes culturais (Rubim, 2022) devem compartilhar com o Estado a responsabilidade pela formulação e implementação de políticas públicas, pois eles, além de alvo dessas políticas públicas, também são os maiores conhecedores de suas reais necessidades, alcançando assim a democratização cultural. A democracia e a cidadania cultural ajudam a superar as desigualdades e reconhecer as diferenças sociais e culturais entre os indivíduos. Ao valorizar os costumes e necessidades de múltiplas culturas, o Estado permite a expressão da diversidade cultural (Calabre, 2007).

3.1 Políticas Públicas de Cultura no Brasil

Marcado por ausências, autoritarismo e instabilidades (Rubim, 2007), o investimento em cultura no Brasil começou no início do século XIX, com a chegada da corte portuguesa à sua então colônia, em 1808. Este foi um período relevante de atividade cultural, com a criação de várias instituições culturais importantes. Entre outras iniciativas, houve a construção da Biblioteca Nacional

(1810), da Academia Imperial de Belas Artes (1816), do Museu Nacional (1818) e do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (1838), estabelecendo assim elementos iniciais da nossa nacionalidade (Barbalho, 2007; Botelho, 2007).

No entanto, o progresso no campo da cultura foi lento durante a Primeira República (1889 – 1930). Não ocorreu avanços significativos, restando aos artistas da época uma forte dependência dos empregos públicos que, embora estivessem raramente relacionados à cultura, garantiam-lhes o sustento material (Barbalho, 2007).

A situação começou a mudar na década de 1930, um período de grandes mudanças políticas, econômicas e culturais. Com a decadência da velha república, a classe média e o proletariado emergiram na cena política. Nesse contexto de mudança social, duas experiências quase simultâneas marcaram a institucionalização da cultura por parte do Estado, embora com limitações. Essas experiências foram: (1) na cidade de São Paulo, a passagem de Mário de Andrade pelo Departamento de Cultura da Prefeitura (1935-1938); (2) implantação do Ministério da Educação e Saúde (1930) e, em especial, o período em que Gustavo Capanema ficou à frente deste ministério (1934 - 1945) (Rubim, 2007; Calabre, 2007). Mário de Andrade impulsionou a noção de intervenção do Estado em diferentes áreas culturais, reconhecendo sua importância na sociedade, bem como ampliou a definição de cultura para incluir não apenas as belas-artes, mas também a cultura popular. Gustavo Capanema atuou na Era Vargas e, enquanto o regime promovia repressão e censura (sobretudo após 1937 – com o autoritarismo do Estado Novo), o governo federal também implementava novas políticas, organizações e legislação culturais que promoviam a identidade nacional e a herança diversa e mista do povo brasileiro (Rubim, 2007). Estas iniciativas, apesar de suas limitações, estabeleceram um precedente importante para a ação do Estado no campo da cultura. É importante ressaltar que nesse período houve a ampliação da regulamentação sobre o patrimônio histórico e cultural, bem como das políticas de promoção da indústria cinematográfica e editorial.

O período entre 1945 e 1964 foi marcado por uma relativa inatividade do Estado no campo da cultura, sendo que os avanços mais significativos foram alcançados por meio de iniciativas privadas. Em 1953, o Ministério da

Educação e Saúde foi desmembrado em Ministério da Saúde e Ministério da Educação e Cultura (MEC). Instituições privadas como o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, o Museu de Arte de São Paulo, a Fundação Bial, foram consideradas de utilidade pública, passando a receber apoio financeiro do governo federal. No entanto, esse repasse foi irregular e longe de constituir uma política clara de financiamento. Durante a gestão do presidente Jânio Quadros, em 1961, o Conselho Nacional de Cultura foi recriado e, sob subordinação da presidência da república, incluía comissões artísticas e órgãos governamentais, tendo como principal objetivo criar planos nacionais de cultura. Porém, devido às mudanças políticas, o conselho voltou a ser subordinado ao MEC em 1962 (Calabre, 2007; Rubim, 2007).

A ditadura militar (1964 - 1985) representou um período de grande repressão e censura, mas também de algumas iniciativas culturais significativas, podendo ser dividida em três momentos distintos: (1) de 1964 a 1968 - anos iniciais do golpe cívico-militar, apesar da repressão e da censura, ocorreram protestos políticos contra o regime e movimentação cultural (liderada pela esquerda), em contrapartida o governo concentrou-se na transição da cena cultural escolar-universitária para uma cena dominada pela mídia, fortalecendo a infraestrutura de telecomunicações e criando empresas como Telebrás e Embratel; (2) do final de 1968 a 1974 - fase mais violenta e cruel da ditadura, a cultura midiática reproduzia a ideologia dominante, especialmente por meio da televisão, e o governo impunha censura sistemática para reprimir qualquer atividade cultural que desafiasse sua autoridade, levando a um vazio intelectual interrompido algumas vezes por iniciativas culturais e estéticas marginais; (3) de 1974 a 1985 - preparação para transição democrática, a ditadura militar procurou melhorar sua reputação, a violência diminuiu e o regime esforçou-se para cooptar profissionais da cultura e aumentar os investimentos no setor. Nesse período, pela primeira vez, um Plano Nacional de Cultura (1975) é apresentado e algumas instituições foram criadas ou renovadas - entre elas: Fundação Nacional das Artes (1975), Centro Nacional de Referência Cultural (1975), Conselho Nacional de Cinema (1976), RADIOBRÁS (1976) e Fundação Pró-Memória (1979) (Botelho, 2007; Rubim, 2007). Vale ressaltar que a maioria dos especialistas em políticas públicas de cultura no Brasil entende que a ditadura civil-militar (especialmente na década de 1970) e o governo de Getúlio Vargas (especialmente na gestão de Gustavo

Capanema, entre 1934 e 1945), são dois períodos muito importantes para a elaboração e implementação de políticas públicas, embora marcados pelo autoritarismo (Calabre, 2014).

Com o fim da ditadura militar, o governo Sarney (1985-1990) foi marcado pela criação do Ministério da Cultura (1985) e da Lei Sarney³ - primeira lei de incentivo fiscal para financiamento a cultura no Brasil. Contudo, o novo Ministério enfrentou muitos entraves administrativos / financeiros e as iniciativas culturais não receberam o financiamento esperado dentro do orçamento da União. Em vez de financiamento direto, o Estado se propôs a buscar recursos supostamente no mercado, porém os recursos eram majoritariamente públicos, fruto do mecanismo de isenção de impostos. Como resultado, embora a ação do governo aparentemente tenha se expandido, o mercado passou a ter grande controle no processo de decisão do que seria ou não produzido pelo setor cultural (Calabre, 2007; Rubim, 2007). Essa falta de controle do poder público, tanto na inexistência de critérios técnicos para aprovação dos projetos financiados quanto de fiscalização da execução e prestação de contas (Lisboa *et al.*, 2020), fez com que o mecanismo de incentivo via Lei Sarney fosse acusado de facilitar a sonegação fiscal (Barbalho, 2007).

Em 1990, já no governo de Fernando Collor (1990-1992), o recém-criado Ministério da Cultura foi extinto, com vários de seus órgãos. A Lei Sarney, que havia encontrado dificuldades em sua aplicação, também foi revogada e, por quase dois anos, entre março de 1990 e dezembro de 1991, o governo federal não investiu em cultura. Isso fez com que o setor cultural pressionasse e a maioria das atividades do período fossem financiadas por estados e municípios. Em 23 de dezembro de 1991, foi promulgada a lei que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura, conhecida como Lei Rouanet⁴, que era um avanço em relação à Lei Sarney e, gradualmente, injetou novos recursos financeiros no setor por meio de renúncia fiscal (Barbalho, 2007; Calabre, 2007). No governo Itamar Franco (1992-1995), o Ministério da Cultura foi restabelecido e, em 1993, foi criada a Lei do Audiovisual⁵ que buscava fomentar a produção, exibição, distribuição e infraestrutura do setor (Barbalho, 2007; Calabre, 2007).

³ Lei nº 7.505, de 02 de junho de 1986.

⁴ Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991.

⁵ Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993.

Foi durante o governo neoliberal de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) que o financiamento à cultura por meio de renúncia fiscal se consolidou, consequentemente, a decisão sobre quais projetos deveriam ou não receber recursos públicos estava subordinado aos interesses dos setores de marketing das empresas incentivadoras. Como resultado desse modelo de financiamento observou-se: uma concentração de recursos investidos nas capitais da região sudeste, em especial São Paulo e Rio de Janeiro; as áreas culturais que ofereciam baixo retorno de marketing foram preteridas; as empresas passaram a criar seus próprios institutos culturais – subterfúgio para financiar os próprios projetos (Calabre, 2007; Rubim, 2007).

O governo Lula (2003 - 2010), embora não tenha conseguido enfrentar adequadamente o problema das leis de incentivo estabelecidas pelo governo anterior como política cultural oficial, trouxe com sucesso a questão das políticas culturais e a responsabilidade do governo com o desenvolvimento cultural para o primeiro plano do discurso público (Rubim, 2022). Sob gestão de Gilberto Gil (2003 - 2008) e de Juca Ferreira (2008 - 2010), a institucionalização do Ministério foi ampliada por meio de reformas político-administrativas e a interlocução com a sociedade se concretizou por meio de encontros, consultas públicas, câmaras setoriais e conferências que culminaram nas Conferências Nacionais de Cultura de 2005 e 2010 (Rubim, 2010). Dentre as inovações em relação aos governos anteriores, está o fomento a uma série de ações voltadas para as culturas populares, afro-brasileiras, indígenas, de gênero, de orientação sexual, das periferias, entre outras. Estas ações representaram um esforço significativo para diversificar e democratizar o setor cultural brasileiro. Vale ressaltar que o Brasil teve papel de destaque no processo de construção da Convenção da Diversidade Cultural da Unesco, em 2005 (Calabre, 2014; Rubim, 2010). O Ministério também passou a ter uma atuação mais nacional, com alguns programas e projetos direcionados a um público mais amplo, atendendo produtores nas localidades dos interiores, no Brasil Profundo, destacando-se o Cultura Viva e os Pontos de Cultura. Depois de um extenso processo colaborativo de elaboração, o Plano Nacional de Cultural (PNC)⁶ recebeu

⁶ Emenda constitucional nº 48/2005. Foi o primeiro plano de cultura construído no Brasil em um ambiente democrático.

aprovação em dezembro de 2010. No documento, com base nas diretrizes, estratégias e ações, foram estabelecidas 53 metas de execução para os próximos dez anos. Nesse cenário, iniciaram-se os esforços para a construção legal do Sistema Nacional de Cultura - SNC, mecanismo que funcionaria de maneira descentralizada, a exemplo do Sistema Único de Saúde - SUS (Calabre, 2014).

O governo Dilma Rousseff (2011 - 2016), embora representasse continuidade do projeto político iniciado por Lula, trouxe mudanças significativas em política cultural. Contrariando o desejo de vários setores, bem como do próprio partido, pela permanência de JucaFerreira à frente do MinC, a presidenta nomeou Ana de Hollanda como ministra (Cerqueira, 2018). O foco do MinC passou a ser mais numa dimensão econômica do que nas dimensões cidadã e simbólica (Calabre, 2014), marcado por instabilidades (Rubim, 2007), tendo tido quatro ministros no período. O Cultura Viva foi desestimulado (Rubim, 2015), recebendo menos investimentos e, paralelo a isso, os beneficiados pelo Programa também enfrentavam problemas diante da complexidade da prestação de contas (Lisboa *et al.*, 2020). O SNC foi aprovado pelo Congresso em 2012 e incluído na Constituição Federal, porém as discussões acerca das responsabilidades dos entes federativos não avançaram. Houve a implementação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), do Plano de Economia Criativa, assim como a aprovação e regulamentação do Vale-Cultura para os trabalhadores (Cerqueira, 2018). Em 2016, a presidenta Dilma sofreu um impeachment e o seu vice, Michel Temer, assumiu a presidência.

Em resposta a essa crise política generalizada, o governo Temer (2016 - 2018) tentou-se estruturar implementando uma agenda de reformas de tendência liberal, em vez de criar condições para um papel mais ativo do Estado. Fragilizou os processos participativos de políticas públicas, encerrando assim o projeto político implementado por Lula e Dilma (Barbalho, 2018). Sob a justificativa de corte de gastos, uma das primeiras medidas do presidente foi extinguir o MinC, transformando-o em Secretaria subordinada ao MEC. Esta decisão foi vista como um retrocesso na política cultural brasileira, que havia se beneficiado da existência de um Ministério dedicado à cultura. Tal fato gerou grande insatisfação da classe artística, culminando em vários protestos e na ocupação de prédios ligados ao Ministério em todo Brasil (Cerqueira, 2018). Diante da pressão, o MinC foi

recriado, mas o retorno do órgão não foi suficiente para conter o desmonte das políticas culturais iniciadas na redemocratização. Em seu lugar surgiu outro projeto de política cultural, desenvolvido com segmentos religiosos conservadores, defensores do liberalismo econômico e que não valorizam a participação popular, a diversidade e possivelmente até a liberdade de expressão (Lisboa *et al.*, 2020).

O governo de Jair Bolsonaro (2019 – 2022) continuou a tendência de desmantelamento das políticas culturais iniciada pelo governo Temer. No primeiro dia de mandato, o presidente extinguiu o Minc, que foi reduzido a Secretaria Especial de Cultura (SEC) e passou a integrar o Ministério da Cidadania e, no ano seguinte, foi transferida para o Ministério dos Esportes. A hostilidade do governo à cultura foi marcada pela censura, desmantelamento de instituições culturais e estrangulamento financeiro (Rubim; Tavares, 2021). Em guerra declarada contra o “marxismo cultural” e considerando o setor cultural um inimigo, vários dirigentes se sucederam à frente da SEC e de outros órgãos vinculados à Secretária. Esta hostilidade do governo à cultura resultou em uma série de políticas que prejudicaram o setor cultural, incluindo a censura de obras e a redução do financiamento para instituições culturais. A esse cenário sombrio, soma-se a pandemia de Covid-19 que afetou o setor cultural mais do que a qualquer outro. As falhas e fragilidades estruturais que assolavam o setor antes da crise sanitária agravaram-se exponencialmente, escancarando as desigualdades sociais e econômicas do nosso país (Peixe, 2021). Este período de crise sanitária e política representou um dos momentos mais desafiadores para o setor cultural brasileiro na história recente. Abaixo (tabela 2), um resumo histórico das políticas públicas de cultura no Brasil:

Tabela 2 – Síntese das Políticas Públicas de Cultura no Brasil

Período	Principais Acontecimentos e Desdobramentos
Início do século XIX	- Investimento em cultura no Brasil teve início com a chegada da corte portuguesa em 1808. - Criação de elementos iniciais da nacionalidade como a Biblioteca Nacional, Academia Imperial de Belas Artes, Museu Nacional e Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro.

Primeira República	- Ausência de avanços significativos em políticas culturais. - Artistas dependentes de empregos públicos para sustento. - Falta de apoio governamental à cultura.
Década de 1930	- Mudanças políticas, econômicas e culturais. - Institucionalização da cultura pelo Estado. - Experiências marcantes em São Paulo e no Ministério da Educação e Saúde. - Expansão da regulamentação sobre patrimônio histórico e cultural. - Políticas de promoção da indústria cinematográfica e editorial.
Entre 1945 e 1964	- Ausência de ações diretas do Estado em cultura. - Avanços principalmente por iniciativas privadas. - Criação e recriação do Conselho Nacional de Cultura. - Início de ações voltadas para planos nacionais de cultura.
Ditadura Militar	- Três fases distintas com diferentes abordagens culturais. - Implantação de novas políticas, organizações e legislação culturais. - Criação de instituições como Fundação Nacional das Artes, Conselho Nacional de Cinema e outros. - Preparação para a transição democrática. - Elaboração do Plano Nacional de Cultura.
Pós-Ditadura e Anos 90	- Criação do Ministério da Cultura e da Lei Sarney. - Desafios administrativos e financeiros. - Instituição do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Lei Rouanet). - Incentivo à economia criativa e ao audiovisual. - Consolidação do incentivo à cultura por renúncia fiscal, fortalecendo os interesses de empresas privadas.
Governo Lula	- Ampliação da institucionalização do Ministério da Cultura. - Fomento a diversas áreas culturais. - Participação ativa na construção da Convenção da Diversidade Cultural da Unesco. - Implementação de programas como Cultura Viva e Pontos de Cultura. - Aprovação do Plano Nacional de Cultura e esforços para o SNC.

Governo Dilma	- Mudanças significativas na política cultural. - Foco mais econômico do Ministério da Cultura. - Aprovação do Sistema Nacional de Cultura. - Criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). - Aprovação da Lei do Audiovisual e do Vale-Cultura.
Governo Temer	- Desestruturação e recriação do Ministério da Cultura. - Tentativas de reformas liberais e enfraquecimento de processos participativos. - Ameaça ao projeto político de cultura anterior. - Tensões e protestos da classe artística. - Mudanças na direção da política cultural.
Governo Bolsonaro	- Extinção e posterior redução do alcance dos órgãos antes ligados ao Ministério da Cultura. - Hostilidade à cultura e desmantelamento de instituições. - Censura e estrangulamento financeiro. - Impacto da pandemia de Covid-19 no setor cultural. - Enfoque negativo do governo em relação à cultura. - Lei Aldir Blanc.

Elaborado pela autora (2023)

Como as políticas públicas de cultura e o mercado cultural brasileiro estão intrinsecamente relacionados, no contexto pandêmico não foi diferente.

3.2 Mercado Cultural Brasileiro na Pandemia Covid-19

A pandemia de Covid-19 trouxe desafios sem precedentes para a economia global. Dependente das leis de incentivo, o mercado cultural brasileiro não foi diferente. Composto principalmente por micro e pequenas empresas e profissionais autônomos - formalizados ou não (Babosa, 2020). O setor foi responsável por uma parcela estimada entre 1,2% e 2,67% do produto interno bruto nacional em 2019 (Góes *et al.*, 2022). Porém, no início de 2020, a pandemia de Covid-19 assolou o mundo, gerando crise sanitária e econômica, impactando os mercados e as relações de consumo. Dentre os setores econômicos afetados, o cultural foi um dos primeiros que sentiram os impactos da crise, tanto aqueles dependentes de políticas públicas, quanto os mais voltados para os mercados.

Como medidas de prevenção, houve fechamento de teatros, cinemas,

museus e outros espaços culturais, enquanto eventos culturais, como shows e festivais, foram cancelados ou adiados indefinidamente. Muitos artistas e profissionais da cultura perderam seus meios de subsistência e as desigualdades pré-existentes se acentuaram, aumentando a insegurança social e econômica (Raevskikh; Khalid; Benghozi, 2022). Essa realidade semostrou ainda mais crítica no caso brasileiro, devido ao descaso do governo Bolsonaro com a política cultural e à precariedade de várias atividades culturais dependentes, direta ou indiretamente, de financiamento público (Semensato; Barbalho, 2021). Segundo pesquisado Observatório da Economia Criativa da Bahia (2020) relacionada ao setor, no início do isolamento social no Brasil, 71,2% dos indivíduos e 77,8% das organizações tinham reservas financeiras para garantir sua subsistência apenas por um período máximo de três meses. Sendo assim, esses empreendedores não conseguiriam manter os postos de trabalho, nem possíveis projetos em andamento.

Nesse cenário, a pressão política e social se intensificou para que o governo atendesse a uma série de necessidades, com ações sanitárias e de saúde pública, bem como apoio econômico para as pessoas mais vulneráveis e pequenas empresas (Rodrigues; Correia, 2021). Sob forte pressão social e política, o governo federal concedeu auxílio financeiro emergencial de 600 reais aos brasileiros desempregados ou sem possibilidade de renda devido à pandemia. Porém, grande parte dos trabalhadores do setor cultural foi excluído do programa, não podendo receber o auxílio.

A exclusão de muitos trabalhadores culturais do auxílio financeiro emergencial destacou a falta de reconhecimento do governo sobre a importância do setor cultural para a economia e a sociedade brasileira. Em resposta a essa situação, houve uma grande mobilização nacional do setor cultural, envolvendo agentes e gestores municipais e estaduais, pressionando o legislativo em busca de soluções (Calabre, 2020). Como resultado, foram apresentados pelo menos três projetos de lei na Câmara Federal: PL 1089/2020, apresentado pela deputada Jandira Feghali (PCdoB/RJ) e assinado pelos deputados José Guimarães (PT/CE) e André Figueiredo (PDT/CE), líderes da oposição e da minoria; o PL 1075/2020, de iniciativa da deputada Benedita da Silva (PT/RJ) junto a outros parlamentares da Comissão de Cultura; o PL 837/2020, de autoria dos senadores Humberto Costa (PT/CE) e Randolfe Rodrigues (Rede/AP).

Devido à urgência de uma resposta política, sob iniciativa de Benedita da Silva, presidente da Comissão de Cultura, tendo com relatora Jandira Feghali, os projetos foram consolidados no PL 1075/2020. Vale ressaltar que o projeto de lei foi resultado da mobilização nacional no campo da cultura, de vários parlamentares, e agentes culturais, sobretudo da Cultura Viva, que são de pequeno porte, em todo o Brasil, foi uma lei criada de baixo para cima, todos envolvidos no esforço de sistematizá-lo e ratificá-lo. Esse processo facilitou o andamento do projeto, que foi feito de forma emergencial e aprovado por quase todos os deputados (exceção dos parlamentares do Partido Novo) e por unanimidade no Senado (Calabre, 2020; Semensato; Barbalho, 2021).

3.2.1 Lei Aldir Blanc – LAB

O PL 1075/2020 transformou-se na Lei n.º 14.017/20, conhecida inicialmente como Lei de Emergência Cultural, logo ganhou o nome de Lei Aldir Blanc, em homenagem ao compositor brasileiro vítima do Covid-19. A Lei foi sancionada no dia 29 de junho e teve sua regulamentação publicada no Diário Oficial da União em 18 de agosto, pelo Decreto n.º 10.464/2020. Foi definida a distribuição dos três bilhões de reais aos estados e Distrito Federal (50 %) e aos municípios (50%) - maior parte desses recursos provenientes do superávit do Fundo Nacional de Cultura, apurado em dezembro de 2019. Ou seja, recursos do próprio setor cultural que não haviam sido utilizados (Calabre, 2020).

As ações financeiras emergenciais por meio da LAB foram definidas como:

- I – Renda emergencial mensal aos trabalhadores da cultura;
- II – Subsídios mensais para manutenção de espaços artísticos e culturais, micro e pequenas empresas culturais, cooperativas, instituições e organizações culturais comunitárias que tiveram as suas atividades interrompidas por força das medidas de isolamento social; e
- III – Editais, chamadas públicas, prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural e outros instrumentos voltados à manutenção de agentes, espaços, iniciativas, cursos, produções, desenvolvimento de atividades de economia criativa e economia solidária, produções audiovisuais, manifestações culturais, bem como para a realização de atividades artísticas que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meios de redes sociais e outras plataformas digitais (BRASIL, 2020)

A implementação da LAB ocorreu em diferentes etapas, envolvendo processos e procedimentos específicos (tabela 3). As principais etapas de

implementação da lei foram:

Tabela 3 – Etapas de Implementação da LAB

Principais Etapas	Descrição
Regulamentação	Após a sanção presidencial, o Ministério do Turismo, em conjunto com a Secretaria Especial da Cultura, foi responsável por elaborar as diretrizes, normas e regulamentos necessários para a implementação da lei. Essa regulamentação definiu os critérios, requisitos e procedimentos para acesso aos recursos disponibilizados pela lei. Vale ressaltar que nesta etapa também houve intensa mobilização do setor cultural.
Cadastro de plano de trabalho de estados, Distrito Federal e municípios junto ao governo federal	Condição para recebimento dos recursos, esse plano detalhava as ações, metas e objetivos a serem alcançados com os valores recebidos.
Repasse de recursos aos estados, Distrito Federal e municípios	Os recursos foram repassados se tornaram responsáveis pela distribuição e aplicação dos recursos aos beneficiários finais. O repasse foi realizado conforme os critérios estabelecidos pela legislação, considerando a população e a cota de cada unidade federativa.
Criação de cadastros e sistemas de inscrição	Os estados, Distrito Federal e municípios tiveram de criar cadastros e sistemas de inscrição para os artistas, coletivos, grupos culturais e espaços culturais específicos para acesso aos recursos da lei. Esses cadastros foram necessários para a identificação dos beneficiários e para o processo de seleção e distribuição dos recursos.
Elaboração de editais e chamadas públicas	Uma das formas de acesso aos recursos da lei foi por meio de editais e chamadas públicas. Os estados, Distrito Federal e municípios lançaram editais com critérios específicos para seleção de projetos culturais que seriam contemplados.
Análise e seleção dos projetos	As propostas recebidas foram verificadas e selecionadas pelas comissões responsáveis, considerando os critérios estabelecidos nos editais.
Repasse dos recursos aos beneficiários	Após a seleção dos projetos, os recursos financeiros foram repassados aos beneficiários por meio de transferências realizadas pelos estados e municípios.

Prestação de contas	Assim como os beneficiários da LAB foram responsáveis por prestar contas dos recursos recebidos e pela comprovação da execução dos projetos culturais, estados, Distrito Federal e municípios também prestaram contas sobre a distribuição dos recursos junto ao governo federal.
---------------------	---

Elaborado pela autora (2023)

A LAB representou um esforço significativo para apoiar o setor cultural em um momento de crise sem precedentes. De maneira geral, para se ter direito aos benefícios disponíveis, era necessário atender aos critérios do auxílio emergencial. A Lei previa recursos para aquisição antecipada de ingressos, livros e produções audiovisuais, que seriam posteriormente apresentadas, embora pagas antecipadamente. Os prazos para execução de projetos na Lei Rouanet foram ampliados e também foi disponibilizada uma linha de crédito em instituições federais para quem se interessasse.

A LAB também representou uma oportunidade para o setor cultural se adaptar e inovar em resposta à pandemia. De forma irônica, foi durante o governo mais avesso ao setor cultural que a Lei foi promulgada⁷, tornando-se um marco de mobilização do setor cultural e de execução descentralizada. A lei contribuiu de diversas formas para a implementação e fortalecimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC) no Brasil. Algumas das contribuições mais significativas foram: (1) necessidade de adesão dos estados, municípios e do Distrito Federal ao SNC para terem acesso aos recursos e benefícios previstos na lei; (2) gestão compartilhada dos recursos entre a União, estados, Distrito Federal e municípios, promovendo a execução descentralizada; (3) fortalecimento dos sistemas municipais e estaduais de cultura e dos respectivos conselhos de cultura.

Nos próximos capítulos, numa constante interação entre dados coletados e teoria, o processo de tomada de decisão, as implicações e os desdobramentos da LAB no mercado cultural serão aprofundados, bem como o papel do governo e do consumidor nesse processo.

⁷ Reflexão de Isaura Botelho no prefácio do livro “Políticas culturais: Diálogos possíveis”, de Antônio Albino Canelas Rubim, publicado por Edições Sesc em 2022.

4 CONTEXTO EMPÍRICO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho analisou o papel do governo no mercado utilizando como contexto o mercado teatral de Belo Horizonte durante a pandemia de covid-19. Para tanto, algumas atividades foram essenciais para esse estudo qualitativo processual e longitudinal, permitindo uma compreensão mais profunda e contextualizada.

4.1 Contexto empírico: mercado teatral de Belo Horizonte durante a pandemia de covid-19

O mercado cultural brasileiro, assim como diversos outros setores, apresentou desafios importantes durante a pandemia de covid-19. A necessidade de medidas drásticas de saúde pública, como o fechamento temporário de espaços culturais, levou a uma suspensão quase total de todas as atividades teatrais e de outras artes performáticas. Em 2020, houve uma queda drástica de 89% nos empregos formais do setor cultural, refletindo o impacto direto das restrições e medidas de isolamento social. Segundo dados de Raevskikh, Khalid e Benghozi (2022), em março de 2020, o Brasil tinha um total de 1.250 teatros, todos os quais foram fechados devido à pandemia.

Esta situação foi particularmente alarmante, considerando que, em 2019, 1,2% do total dos postos de trabalho no país pertenciam às indústrias culturais e criativas (Raevskikh; Khalid; Benghozi, 2022). Essa percentagem, apesar de aparentemente modesta, representa uma fração significativa da força de trabalho nacional e tem um impacto direto e indireto em outras áreas, como turismo e educação.

Dentro deste cenário, a cidade de Belo Horizonte surge como um contexto empírico relevante para a pesquisa. A cidade se destaca não apenas pelo seu patrimônio cultural, mas também por ser um centro importante de inovação e desenvolvimento na área da cultura. Conforme o Mapa Cultural de BH, a capital mineira possui 1.666 agentes, sejam eles coletivos ou individuais, que desenvolvem atividades relacionadas ao teatro. Além disso, a cidade abriga diversas instituições de ensino e espaços independentes que oferecem

formação na área, contribuindo para um ambiente cultural dinâmico e diversificado. Esses agentes, que contribuíram significativamente para o desenvolvimento artístico e cultural, também foram impactados pela pandemia. O mapeamento desses agentes e sua inclusão no Mapa Cultural foi um recurso indispensável para que pudessem receber recursos provenientes da Lei Aldir Blanc, demonstrando a importância de tais iniciativas para a sustentabilidade do setor em tempos de crise.

A escolha do mercado teatral de Belo Horizonte como contexto empírico para a pesquisa não se baseia apenas em sua rica vida cultural e na presença significativa de agentes teatrais. A proximidade geográfica e o conhecimento prévio da pesquisadora com o contexto a ser observado também são fatores determinantes. Esta familiaridade permite uma análise mais contextualizada e detalhada, que vai além dos números e estatísticas, para entender as complexas relações sociais, econômicas e culturais que moldam o mercado teatral da cidade, especialmente durante uma pandemia.

4.2 Coleta de dados

Para compreender as decisões tomadas e discernir as mudanças entre os eventos que caracterizam a realidade antes da pandemia daqueles que caracterizam a realidade durante a pandemia (Langley, 1999; Giesler; Thompson, 2016) e responder à pergunta de pesquisa “qual o papel do governo para a sobrevivência e manutenção de mercados?”, entre 2021 e 2023, uma abordagem multimétodos foi empregada para garantir a amplitude e profundidade da análise. Esta estratégia permitiu a captura de diferentes facetas do problema de pesquisa, garantindo assim a validade e a confiabilidade dos resultados. Foram coletados dados provenientes de: (1) nível micro: entrevistas com atores do mercado teatral de Belo Horizonte; (1.1) incluindo profissionais de diferentes ramos, como atores, diretores, produtores e técnicos; (2) nível de mercado: análise de documentos da Lei Aldir Blanc (normativos e comunicações oficiais da então Secretaria Especial da Cultura⁸; do canal da Fundação Municipal de Cultural de

⁸ Quando da publicação da LAB a Secretaria Especial de Cultura era subordinada ao Ministério do Turismo.

Belo Horizonte no *Youtube*; do canal Emergência Cultural no *Youtube*; do *Podcast* Horizonte da Cena; de relatórios de transparência de fundos e leis de incentivo por renúncia fiscal, bem como da LAB compreendendo o período entre 2018 e 2022; (2.1) análise qualitativa e quantitativa de tais documentos foi realizada para entender o impacto dessas medidas nas dinâmicas de mercado e na subsistência dos atores envolvidos; (3) nível macro: análise de pesquisas sobre o mercado cultural brasileiro no contexto estudado (Belk; Fischer; Kozinets, 2013). (3.1) Estas pesquisas macro foram complementadas por análises de relatórios setoriais e publicações acadêmicas que focam em políticas públicas para o setor cultural, a fim de oferecer um panorama abrangente.

4.2.1 Entrevistas

Essa etapa compreendeu a realização de entrevistas pós-estruturalistas, ou seja, diálogos conduzidos com o auxílio de um roteiro semiestruturado que continha pontos-chave a serem explorados (Fischer; Castilhos; Fonseca, 2014). Este roteiro foi elaborado para abranger tópicos que vão desde os impactos da pandemia na vida pessoal e profissional dos entrevistados até suas opiniões sobre as estratégias governamentais para o setor cultural. Seis pessoas foram entrevistadas, todas com relevância no cenário teatral de Belo Horizonte. Abaixo (tabela 4), utilizo pseudônimos para garantir o anonimato dos informantes.

Tabela 4 – Perfil dos Entrevistados

Perfil	Pseudônimo
Ator com mais de 40 anos de trajetória teatral, que também atua como gestor de espaço cultural com atividades teatrais de formação livre e apresentações.	Carlos
Ator com mais de 30 anos de trajetória teatral, que também atua como gestor de espaço cultural com atividades teatrais de formação livre e apresentações.	Gilberto
Ator com mais de 20 anos de experiência, membro de uma companhia teatral e ligado administrativamente a instituições representativas da classe teatral.	Luís

Profissional que organiza e coordena festivais de teatro Brasil e na América Latina, com mais de uma década de experiência, e promove festivais online durante a pandemia.	Duda
Ator com mais de 20 anos de experiência em teatro de grupo, reconhecido por sua extensa produção online durante a pandemia citado por outros entrevistados como um exemplo de sucesso no contexto pandêmico.	Otávio
Atriz, diretora e professora de teatro com mais de 30 anos de experiência e que adaptou suas aulas e espetáculos para o ambiente online durante a pandemia.	Gabriela

Elaborado pela autora (2023)

As entrevistas, que totalizaram aproximadamente dez horas de conteúdo, foram realizadas online através da plataforma *Google Meet* nos anos de 2022 e 2023. Com a permissão dos entrevistados, todas foram gravadas e, posteriormente, transcritas. Durante a análise do material coletado, surgiram dúvidas e novos pontos de discussão, que foram esclarecidos via *WhatsApp* com os entrevistados. Esse método de comunicação adicional foi escolhido para facilitar o esclarecimento de qualquer ambiguidade e para permitir uma discussão mais informal que pudesse trazer à tona *insights* adicionais. Essas conversas complementares, que somam mais duas horas de conteúdo, também foram documentadas por meio de transcrições.

O principal objetivo dessas entrevistas foi entender o sentimento, as percepções, os desafios e os aprendizados dos gestores, empreendedores culturais, artistas e técnicos ligados ao teatro, durante o período de pandemia. O foco estava especialmente voltado para compreender o papel do governo em um cenário de incertezas. De maneira complementar, entender a relação desses profissionais com os mecanismos de financiamento do teatro, seja ele oriundo de políticas públicas, leis de incentivo ou recursos privados.

4.2.2 Plataformas de conteúdo online

Utilizadas como fontes primárias de informação, o *Spotify*⁹ e o *YouTube*¹⁰

⁹ <https://open.spotify.com/show/58ZYxPWSrHsoDg8OEJDdV>

¹⁰ <https://www.youtube.com/@EmergenciaCultural/about>

permitiram acesso a discussões, entrevistas, debates e outros conteúdos fundamentais para revisitar o processo de mobilização em prol das ações de mitigação dos impactos da pandemia no setor cultural brasileiro, bem como triangular com as entrevistas realizadas. Essas plataformas ofereceram uma gama variada de perspectivas e experiências que enriqueceram a análise. Vale ressaltar que todo esse conteúdo estava disponível em modo público para reprodução/visualização nas plataformas, não infringindo questões de privacidade e/ou direitos autorais.

Depois de uma rigorosa fase de seleção, as fontes foram escolhidas a partir de uma pesquisa exploratória e possuem destaque no contexto estudado. São elas: (1) “Horizonteda Cena” - plataforma de crítica teatral fundada em setembro de 2012 por Luciana Romagnoli e Soraya Belusi em Belo Horizonte. Este site foi escolhido devido à sua longa trajetória e contribuição significativa para o cenário cultural da cidade. Atualmente, os editores são Clóvis Domingos, Guilherme Diniz e Julia Guimarães. Além deles, o site conta com a colaboração de críticos como Ana Luísa Santos, Diogo Horta, Felipe Cordeiro, Marcos Alexandre, Soraya Martins e Victor Guimarães. Em 2020, Julia Guimarães e Diogo Horta iniciaram o podcast do site, nesta pesquisa três episódios da temporada “Teatro e Pandemia” foram analisados. Esses episódios oferecem uma análise profunda dos desafios específicos que o setor enfrentou durante a pandemia. (2) “Articulação Nacional de Emergência Cultural” - formada por representantes de diversos segmentos culturais de todo o Brasil. A organização tem uma abrangência nacional e uma representação diversificada, tornando-a uma fonte valiosa de dados. Realizou eventos online com a presença de representantes do poder legislativo federal, de conselhos estaduais e municipais de cultura, contando com o apoio de entidades como Mídia Ninja e Sebrae. Em colaboração com o Fórum Nacional dos Conselhos Estaduais de Cultura (CONECTA), criou o Observatório Emergência Cultural, uma plataforma para que os profissionais da cultura acompanhassem e opinassem sobre a implementação da Lei Aldir Blanc. (3) “Fundação Municipal de Cultura (FMC)” - gerencia a política cultural de Belo Horizonte sendo ligada à Prefeitura. Esta entidade foi incluída para oferecer uma perspectiva institucional e administrativa sobre a situação. Ela administra mais de 30 espaços culturais, incluindo museus, teatros, centros de referência e bibliotecas. A FMC organiza os principais festivais da cidade, como Festival de Arte Negra - FAN-BH, o

Festival Internacional de Teatro Palco e Rua de Belo Horizonte – FIT BH e a Virada Cultural, entre outros. A pesquisa analisou um debate do seminário virtual “Teatro em Tempos de Pandemia”. Nessa etapa, conforme relação abaixo (tabela 5), foram transcritos e analisadas 18 horas de conteúdo.

Tabela 5 – Conteúdo Analisados das Plataformas Online

Fonte	Episódio / Vídeo	Descrição na plataforma online
Podcast Horizonte da Cena (<i>Spotfy</i>) - Temporada “Teatro e Pandemia”	Experiências de teatro na pandemia (julho de 2020)	“Primeiro episódio da temporada “Teatro e pandemia” do podcast Horizonte da Cena. Apresentado por Diogo Horta, o episódio traz as reflexões de Luciana Romagnoli e Julia Guimarães sobre o teatro realizado durante o período de distanciamento social decorrente da pandemia de Covid-19 no Brasil. Quais são os lugares da presença, da ausência e do convívio nos experimentos cênicos atuais?”
Podcast Horizonte da Cena (<i>Spotfy</i>) - Temporada “Teatro e Pandemia”	Criações intermídia (março de 2021)	“Neste episódio vamos conversar sobre as criações intermídia que aproximam o teatro a outras linguagens artísticas e/ou estruturas midiáticas. Quais formatos têm surgido no período da pandemia? De que modo alteram os conteúdos abordados e influenciam na construção de sentido da obra? Como pensam o diálogo com o espectador? E que tipo de reflexão o teatro traz para as áreas com as quais dialoga (literatura, jogos, websérie)?”
Podcast Horizonte da Cena (<i>Spotfy</i>) - Temporada “Teatro e Pandemia”	Os dispositivos e as criações digitais (junho de 2021)	“Para encerrar a temporada sobre teatro e pandemia, vamos conversar sobre a presença dos dispositivos, suas funções e contradições no contexto das criações on-line. Como os dispositivos digitais influenciam as obras criadas atualmente? Quais estratégias ajudariam a desnaturalizar e subverter a lógica de seu funcionamento? De que forma os dispositivos interferem nas construções estéticas dos espetáculos? E como condicionam as interações com o espectador?”
Canal Emergência	(03/05) Conferência Lei	“Web Conferência realizada dia 03/05.”

Cultural (YouTube)	de Emergência Cultural (03 de maio de 2020)	
Canal Emergência Cultural (YouTube)	(14/05) Conferência Nacional de Conselhos e Fóruns Estaduais e Municipais - Lei Emergência Cultural (14 de maio de 2020)	“Web Conferência realizada dia 14/05.”
Canal Emergência Cultural (YouTube)	Diálogos Nacionais - Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc: E agora? (07 de junho de 2020)	Sem descrição.
Canal Emergência Cultural (YouTube)	Diálogos Nacionais: atuação das entidades municipalistas na aplicação da Lei Aldir Blanc (11 de junho de 2020)	Sem descrição.
Canal Emergência Cultural (YouTube)	Diálogos Nacionais Conecta- Conselhos de cultura em escuta ativa! (30 de junho de 2020)	“Foram mais de 3 meses de intensa mobilização de todo o tecido cultural brasileiro pela aprovação da Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc finalmente sancionada nesta segunda-feira (29)! Qual foi o texto final sancionado? Qual o impacto na execução? Como fazer para que os recursos cheguem logo para quem precisa? Quais os próximos passos no processo de implementação da Lei? Começa agora outro grande desafio: a liberação e execução dos recursos financeiros previstos na Lei, para que sejam executados de forma descentralizada por estados e municípios, em caráter emergencial. Os Diálogos Nacionais de Emergência Cultural são

		iniciativos da Escola de Políticas Culturais que reúnem conselheiros de cultura, gestores culturais, parlamentares, lideranças comunitárias, artistas e representações diversas da sociedade civil para debater a Lei Aldir Blanc. Pretendemos contribuir neste processo de sua implementação na perspectiva de fortalecer as bases Sistema Nacional de Cultura e da Política Nacional de Cultura Viva, garantindo a efetivação dos direitos culturais consagrados pela Constituição Federal de 1988.”
Canal Emergência Cultural (YouTube)	Diálogos Nacionais: regulamentação da Lei Aldir Blanc (07 de julho de 2020)	“A Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc (14.017/2020) foi sancionada, mas agora temos pela frente grandes desafios: como será feito o repasse dos R\$ 3 Bilhões previstos na Lei para estados e municípios? Feito o repasse, como se dará esta execução nos entes federados? O que estão pensando os parlamentares, gestores culturais, conselhos de cultura, secretarias de cultura estaduais e municipais? A tramitação da MP 986, cuja relatoria será do Deputado federal José Guimarães, também terá um papel importante na regulamentação da Lei Aldir Blanc. O Fórum de Secretários e dirigentes estaduais de cultura, Fórum de Secretários de Cultura das capitais e municípios associados, Associação Brasileira de Municípios (ABM) e Fórum Nacional de Conselhos Estaduais de Cultura (CONECTA) apresentaram um conjunto de propostas sobre a regulamentação da Lei Aldir Blanc, que serão apresentadas ao Ministério do Turismo nesta terça-feira dia 07/07. Os diálogos nacionais sobre a regulamentação da Lei Aldir Blanc contarão com a presença das representações que estarão presentes nesta reunião e irão apresentar em primeira mão o informe desta importante rodada de negociações. Participe e acompanhe! Estes recursos precisam chegar na ponta com rapidez, critério, eficiência e transparência, atendendo aos que mais precisam!”
Canal Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte	LIVE Teatro nas Telas: a importância de se reinventar - com	“A atração faz parte do seminário virtual “Teatro em Tempos de Pandemia”, uma série de quatro debates que tem o intuito de ver e ouvir o que estão fazendo e como estão

(YouTube)	Eduardo Moreira e Giordano Castro (23 de agosto de 2021)	sobrevivendo grupos de teatros e outros representantes das artes cênicas do país, do Estado e da capital mineira durante o período de pandemia. Giordano Castro é ator e dramaturgo recifense. Licenciado em Artes Cênicas pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), realizou também um intercâmbio internacional em Estudos Artísticos pela Universidade de Coimbra (Portugal). É membro e um dos fundadores do Grupo Teatral Magiluth, onde realizou, atuou, dirigiu e escreveu várias obras teatrais. Participou, também, de diversos trabalhos audiovisuais. Eduardo Moreira é cofundador do Grupo Galpão (BH.) Participou de todas as 25 montagens do grupo ao longo dessas quase quatro décadas, tendo ganhado prêmios por suas atuações em espetáculos vários espetáculos. Dirigiu inúmeras obras em parceria com diferentes grupos no Brasil e no mundo. Como dramaturgo escreveu vários textos e adaptações montados pelo Galpão. Além de ter também atuado no cinema em inúmeras produções e escrito os livros “Grupo Galpão: 25 anos de encontros” e sete volumes da coleção de diários das montagens do grupo.”
-----------	--	---

Elaborado pela autora (2023)

4.2.3 Dados secundários

Os documentos foram selecionados a partir de uma análise exploratória de leis, sites institucionais, relatórios, material de divulgação, notícias e outros documentos digitais (tabela 6). Esta variedade de fontes foi intencionalmente escolhida para proporcionar um espectro abrangente de informações, garantindo assim um entendimento multifacetado do tema em estudo. A seleção seguiu uma metodologia rigorosa, considerando-se os seguintes critérios: autenticidade (origem confiável, documento genuíno), credibilidade (livre de erros e distorções), representatividade (relevância para a área do conhecimento) e significação (claro, compreensível e adequado ao contexto histórico) (Flick, 2009). Estes critérios não apenas asseguram a qualidade dos dados coletados, mas também fortalecem a pesquisa como um todo. É importante ressaltar que, no contexto da

pandemia, muitos documentos relevantes foram produzidos rapidamente e distribuídos de forma ampla em plataformas digitais. Essa dinâmica apresentou tanto oportunidades quanto desafios para a coleta de dados, o que aumentou a necessidade de um critério de seleção rigoroso para assegurar a relevância e confiabilidade dos documentos incluídos na pesquisa.

Tabela 6 – Dados Secundários Utilizados

Fonte	Descrição
Governo Federal	- Portal SNC: painel de dados; principais notícias; Relatório LeiAldir Blanc. - Legislação e Comunicados: quatro leis; quatro decretos; duas medidas provisórias; 31 comunicados; uma nota de esclarecimento; dois ofícios, uma instrução normativa.
Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte	- Portal Mapa Cultural BH. - Decreto Municipal n.º 17.437/2020, regulamentando a Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc no âmbito do município de Belo Horizonte, bem como os editais correspondentes.
Mídia	- Entrevistas, coletivas de imprensa e discursos públicos do então presidente, Jair Bolsonaro, acerca da pandemia de Covid-19. - Publicações oficiais da OMS, bem como do Consórcio de Veículos de Imprensa.

Elaborado pela autora (2023)

4.2.4 Análise dos dados

Assim que a coleta de dados qualitativos começou, foi iniciada também uma análise hermenêutica a procura por padrões e contradições entre eles (Belk; Fischer; Kozinets, 2013). Esta abordagem interpretativa foi escolhida por sua capacidade permitir uma compreensão mais profunda dos dados, indo além da superfície e explorando as nuances e complexidades subjacentes, crucial para entender os complexos desafios e dinâmicas no setor cultural em tempos de

crise.

Importante ressaltar que toda a análise de dados ocorreu concomitantemente com sua coleta, bem como com a interpretação e delimitação teórica. Este método foi escolhido para permitir uma maior flexibilidade na pesquisa, tornando possível ajustar a abordagem em tempo real com base em descobertas preliminares. Ou seja, embora interligado, não foi um processo linear, muito menos sequencial (Belk; Fischer; Kozinets, 2013). Tal escolha, conforme será apresentado adiante, permitiu que, a partir dos padrões inferidos com base na teoria revisada nos capítulos iniciais desta pesquisa, fossem observados padrões imprevistos que implicaram na busca de nova teoria para compreendê-los e sustentar os seus significados.

5 RESULTADOS

Após a coleta do primeiro conjunto de dados, eles foram organizados da seguinte forma: os dados secundários do processo (eventos, atividades...) foram ordenados historicamente (Langley, 1999; Giesler; Thompson, 2016). Este ordenamento cronológico serve para rastrear as mudanças ao longo do tempo e identificar eventos ou decisões cruciais que podem ter desencadeado mudanças significativas.

5.1 Visão temporal e práticas de mercado observadas

Para melhor compreensão do objeto de análise, a partir de uma visão sistêmica, primeiramente relatei as principais práticas de mercado (Kjellberg; Helgesson, 2007) identificadas no contexto do setor cultural durante o enfrentamento da pandemia de COVID-19. Como práticas normativas, temos: (1) no âmbito estadual e municipal, as medidas de isolamento social, que resultaram no fechamento de espaços culturais, estabelecendo novas regras para a produção artística e cultural; (1.1) estas medidas incluíram a implementação de protocolos de segurança sanitária adotados quando os espaços foram reabertos; (2) no âmbito federal, a Lei Aldir Blanc estabelecendo ações emergenciais para o setor e prevendo execução descentralizada pelos entes governamentais; (2.1) esta execução descentralizada implicou em uma maior autonomia para os governos estaduais e municipais na alocação dos recursos, mas também resultou em discrepâncias na eficácia da entrega de fundos aos destinatários finais.

Como práticas representacionais, temos: (3) valorização da cultura como essencial para o bem-estar emocional da população durante o isolamento; (3.1) esta valorização foi observada em várias campanhas de conscientização e promoção da arte para aliviar o estresse e a ansiedade em meio à crise; (4) mobilização do setor cultural em prol da elaboração e implementação da LAB; (5) com a impossibilidade de eventos presenciais, muitos artistas e instituições buscaram novas formas de apresentarem o seu trabalho, especialmente por meio de dispositivos digitais; (5.1) as redes sociais, as plataformas de *streaming* e outros meios digitais tornaram-se ferramentas vitais para a continuidade da

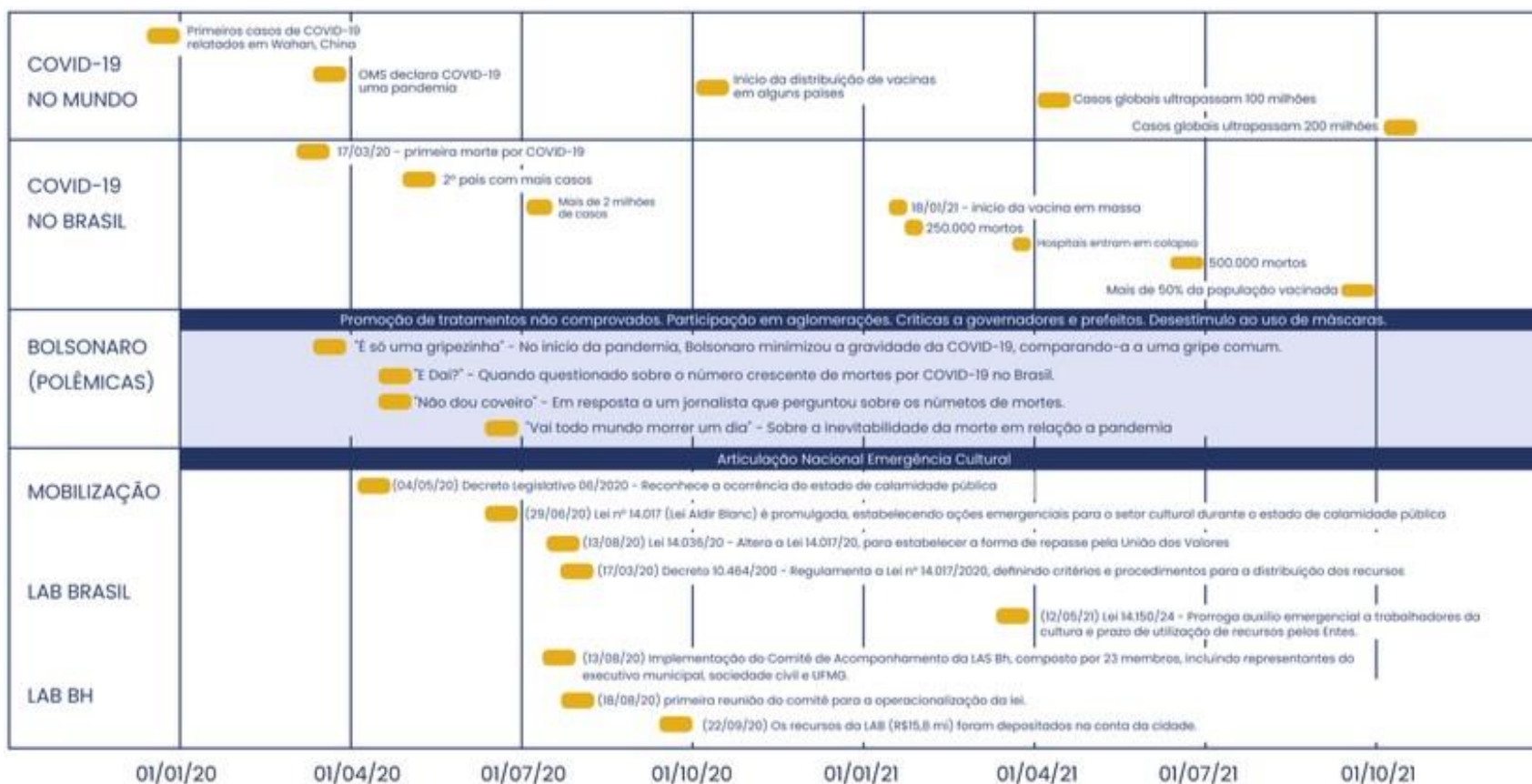
produção e disseminação cultural durante o período de isolamento.

Como práticas transacionais, temos: (6) busca por novos modelos de negócio e monetização foi uma característica marcante desse período, assim como a disponibilização gratuita de produtos digitais, especialmente nos primeiros meses de isolamento social. (6.1) isso incluiu experimentos com conteúdos pagos, financiamento coletivo, sistemas de assinatura e *merchandising* como formas alternativas de gerar receita para artistas e instituições culturais.

Na linha do tempo apresentada (figura 1), podemos observar que importância da mobilização da sociedade civil e dos setores do mercado cultural em favor da LAB, enquanto o ex-presidente frequentemente demonstrou desdém tanto com as vítimas de covid e seus familiares, quanto pela classe artística. Fato corroborado pela demora em promulgar a lei, bem como a sua respectiva regulamentação, retardando ainda mais a sua execução. Esta demora na implementação realçou a desconexão entre a urgência da situação e a resposta do governo federal.

Os recursos provenientes da LAB (R\$15,8 mi) foram transferidos para o município de Belo Horizonte em 22 de setembro de 2020, sendo que os beneficiários só começaram a receber o apoio financeiro em 20 de novembro de 2020, ou seja, nove meses após o início das medidas de isolamento social e da OMS reconhecer a crise sanitária causada pela covid-19 como pandemia. Este lapso de tempo revelou falhas não apenas na estrutura administrativa, mas também na compreensão política do papel vital que o setor cultural desempenha em tempos de crise. Tal demora resultou em dificuldades financeiras para muitos profissionais do setor, que ficaram sem suporte financeiro durante um período crítico.

Figura 1 – Covid-19 e Lei Aldir Blanc



Elaborado pela autora (2023)

5.2 Informantes e categorias de análise

Os dados primários transcritos foram agrupados manualmente conforme as seguintes categorizações: (1) Legal e político: discutem leis, políticas governamentais, ações políticas e interações com o governo; (1.1) isso inclui tanto legislações federais como municipais, bem como decisões judiciais que afetam o setor cultural. (2) Social e cultural: abordam a importância da cultura, interações sociais, identidade cultural e o papel da cultura na sociedade; (2.1) nessa categoria, também foi considerada a influência da cultura na construção de comunidades e na formação de identidades coletivas. (3) Econômico: discutem financiamento, economia da cultura, patrocínios e outros aspectos financeiros; (3.1) aqui, foram observados tanto os modelos de negócio tradicionais como as novas formas de monetização surgidas durante a pandemia. (4) Crise e emergência: destacam a urgência da situação, a crise provocada pela pandemia e a necessidade de ação imediata; (4.1) isso envolveu um olhar minucioso sobre as ações de resposta rápida, tanto do setor público como do setor privado, para mitigar os impactos imediatos da crise. (5) Técnico e administrativo: abordam aspectos práticos, administrativos e técnicos da gestão e produção cultural; (5.1) nesta seção, foram também consideradas as mudanças organizacionais e de infraestrutura necessárias para adaptação ao novo ambiente provocado pela pandemia. (6) Relação com o público: novas formas de se relacionar e experienciar o teatro. (6.1) foco especial foi dado ao engajamento do público por meio de plataformas digitais e como essas interações remodelaram a experiência teatral; (6.2) também foi observado o contraponto a esse engajamento, devido a falta de acesso à internet.

Estas categorizações foram fundamentais para permitir uma análise multidimensional que abrange uma variedade de fatores influenciando o setor cultural. Essa abordagem metodológica não apenas facilita uma avaliação abrangente, mas também permite o cruzamento de dados entre as diferentes categorias para uma análise mais profunda. A seguir, ao apresentar a percepção dos informantes, relacionarei pontos importantes às categorias de análise. Esta apresentação servirá como uma base para as discussões subsequentes do estudo.

5.2.1 Carlos

Carlos oferece uma análise multifacetada dos desafios que a área artística enfrenta, especialmente no contexto da pandemia.

Um fato que deixou a gente arrepiado, não só pela impossibilidade de trabalhar, mas pelo questionamento, vamos chamar assim ou pela possibilidade de se questionar a linguagem, por exemplo, teatral. Começando a fazer tudo online. Será que teatro é isso? Será que o teatro no futuro vai ser só isso? Ninguém vai sair de casa para ir ao teatro? Que negócio é esse? Como é que é? Era uma série de perguntas que vieram com a Pandemia e que ninguém tinha resposta, parecia um naufrágio em alto mar, que a única opção que a gente tem é escolher um lado, Norte, Sul, Leste, Oeste e nadar, sem saber onde você ia chegar, a gente tinha de sobreviver. (Carlos, 2023, informação verbal. Categorias: Crise e emergência / Técnico e administrativo).

Ele observa que a comunidade artística se mobilizou de maneira altruísta para mitigar os efeitos do isolamento social. Contudo, com o tempo, a questão da sustentabilidade financeira tornou-se premente, levando os artistas a ponderar sobre estratégias de monetização.

A gente, nesse primeiro momento, nem pensava na questão da monetização dessa questão, foi mesmo um ato generoso assim de auxiliar a sociedade, a comunidade, a passar por aquele momento traumático assim. Logo depois a gente começou a pensar como **sobreviver** nessa realidade, como monetizar, como ganhar dinheiro, como vender, como tornarmos um produto que nos permitisse viver e **sobreviver**. (Carlos, 2023, informação verbal. Categorias: Econômico / Relação com o público / Social e cultural).

Carlos também expressa preocupações quanto ao futuro da arte em uma era digitalizada, salientando que a transição para o ambiente virtual apresenta desafios comparáveis aos de atrair público para espaços físicos. Ele argumenta que essa transição requer não apenas novas habilidades, mas também investimentos significativos.

Na verdade, a possibilidade de a gente sobreviver nesse mundo virtual, ela é tão difícil quanto levar o público ao teatro, é tão difícil como fidelizar um público. E ferramentas diferentes dessa vida presencial, ela também exige ferramentas, expertises muito difíceis, complicadas, caras, para a gente chegar a **sobreviver** de alguma atividade virtual. (Carlos, 2023, informação verbal. Categorias: Técnico e administrativo / Econômico).

Em sua trajetória na gestão de espaços culturais de pequeno e médio porte, Carlos aborda a distorção causada por políticas governamentais, como a Lei Rouanet, no mercado cultural. Ele enfatiza a necessidade de repensar as políticas culturais, particularmente em tempos de crise, e de explorar alternativas mais eficazes para o fomento da cultura. Esse ponto é crucial, pois ele sugere que a intervenção governamental pode, em alguns casos, mais prejudicar do que

auxiliar o setor cultural, tornando imperativo o desenvolvimento de estratégias mais eficazes e inclusivas.

Por fim, Carlos destaca os desafios específicos enfrentados pelas artes cênicas durante a pandemia, como a saturação causada pela quantidade de conteúdo online disponível e a necessidade de adaptação a novas plataformas. Ele sublinha a importância da continuidade das ações culturais e da fidelização do público, apontando para a necessidade de uma articulação mais efetiva e contínua do setor.

A gente espera que com um Executivo mais simpático à causa, as coisas fluam um pouco mais, mas para você ter noção, passado a Aldir Blanc, essa mobilização também desapareceu, cada um foi para o seu... Foi **sobreviver**. (Carlos, 2023, informação verbal. Categoria: Legal e político).

Em suas reflexões, fica evidente sua preocupação com a sustentabilidade e o desenvolvimento do mercado cultural, bem como com a preservação e valorização das artes cênicas. Carlos ainda ressaltou a importância da educação como meio de garantir que a arte seja percebida como um elemento essencial para a sociedade, tornando-se, assim, uma prioridade estratégica para grupos de teatro e centros culturais.

(...) arte estivesse como uma coisa importante para a sua **sobrevivência**, isso a gente só vai conseguir através da educação, eu ousar dizer que os grupos de teatro, centros culturais, que não tenham, pelo menos, uma ação voltada para a interlocução com a educação, está sendo pouco estratégica. (Carlos, 2023, informação verbal. Categorias: Relação com o público / Social e cultural).

5.2.2 Gilberto

Gilberto, um profissional com vasta experiência no teatro, aborda diversas questões críticas relacionadas ao setor cultural no Brasil. Ele enfatiza a importância da relação com o público e a criação de um senso de pertencimento como elementos cruciais para o sucesso de qualquer empreendimento teatral. Além disso, Gilberto discute a fundação do grupo teatral do qual faz parte, destacando como a interação com a audiência é vital para a sustentabilidade do teatro. A relação com o público não é apenas uma categoria isolada, mas um pilar que sustenta a arte teatral como um todo.

No contexto político e legal, Gilberto expressa preocupações específicas sobre o impacto da Lei Aldir Blanc na indústria teatral.

A Aldir Blanc veio dentro de uma política emergencial. Era para o povo não passar fome. É como se fosse “eu vou dar algum dinheirinho para esse povo, para as caras não morrerem. É só para eles comerem arroz e feijão. Não é para produzir arte. Não é para ter **sustentabilidade** no negócio; é para matar a fome. É prato de comida. O meu medo é que isso comece a ser a política. Então, a **sustentabilidade** de um negócio fica ainda mais impossível. (Gilberto, 2022, informação verbal. Categorias: Econômico / Crise e emergência).

Ele critica a dependência do setor cultural em relação à isenção fiscal para empresas como principal forma de financiamento. Embora reconheça que os fundos estatais e municipais desempenham um papel na regulação do mercado cultural, ele aponta para a necessidade de uma abordagem mais abrangente que vá além da mera isenção fiscal.

A gente fazia leis de incentivo de várias formas, tanto para captar, quanto para fundos. E **sobrevivemos**, de alguma forma. Nossa, sempre foi muito difícil. (Gilberto, 2022, informação verbal. Categorias: Econômico / Legal e político).

A análise de Gilberto sobre a política cultural brasileira é ainda mais acentuada pelo seu relato do “desmonte da cultura” ocorrido a partir de 2016. Ele descreve como a extinção do Ministério da Cultura e sua subsequente fusão com a Secretaria de Turismo resultaram em uma depreciação simbólica da cultura e em ataques violentos contra artistas. Essas mudanças, segundo ele, tiveram um impacto negativo na efetividade das políticas culturais e representam um retrocesso significativo. Embora veja sinais promissores na reinstalação do Ministério da Cultura e no aumento do financiamento, Gilberto ressalta que ainda há desafios consideráveis a serem enfrentados, especialmente considerando a persistente depreciação simbólica perpetrada pela extrema-direita.

Em relação ao futuro, Gilberto é cautelosamente otimista. Ele observa que a pandemia de COVID-19 forçou uma transição para plataformas online e fomentou uma maior participação do público, embora não especifique se essas mudanças são permanentes.

Além disso, ele vê o mercado cultural brasileiro como promissor e em expansão. No entanto, ele insiste que é imperativo repensar a política cultural e aumentar o investimento direto no setor, revelando uma visão crítica sobre a situação atual do mercado teatral. Ele enfatiza a necessidade de um ambiente mais sustentável e de apoio aos artistas, destacando a importância do governo desenvolver um papel ativo nesse processo. Sua entrevista reflete uma preocupação com a falta de recursos e apoio adequado para a indústria teatral,

bem como a necessidade de uma abordagem mais abrangente para garantir sua sobrevivência e crescimento.

5.2.3 Luís

Luís é um artista teatral engajado na cena cultural de Belo Horizonte. Ele destaca a carência de financiamento público como um entrave significativo, limitando tanto a qualidade das produções quanto o acesso do público a elas. A burocracia inerente às leis de incentivo cultural é outro fator que complica a obtenção de recursos, tornando o processo moroso e complexo para artistas e produtores.

Esses processos burocráticos, pelos quais somos obrigados a passar para **sobreviver** na arte, no Brasil, nos quais incluímos os processos de fomento e **sustentabilidade** governamental, digamos assim, deixa os processos criativos em um vácuo. É muito negativo quando o tema da criação. (Luís, 2022, informação verbal. Categorias: Técnico e administrativo / Legal e político).

Além disso, segundo ele, a falta de espaços adequados para apresentações e a escassa representatividade e união no setor cultural são obstáculos adicionais que dificultam a evolução do mercado teatral na região.

Em relação às soluções possíveis, ele vê a pesquisa acadêmica e o debate público como ferramentas valiosas para identificar questões críticas e fomentar discussões construtivas. Embora não explicitado, é possível inferir que Luís defende uma abordagem colaborativa, envolvendo múltiplas partes interessadas, para encontrar soluções sustentáveis que beneficiem o setor.

Luís também aborda o papel do governo e de instituições como a Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte na mitigação dos desafios burocráticos. Ele sugere que a FMC-BH poderia atuar como um repositório centralizado de informações, facilitando o trânsito de recursos e diminuindo a burocracia.

Agora, nós iremos ter a Aldir Blanc 2 – vamos entrar no ponto de vista prático. O objetivo é que Aldir Blanc 2 seja um sistema de fomento anual para dar **sustentabilidade** federal. Vai ser o maior investimento da área. Sensacional, mas como fazer isso chegar na conta de todos de forma coerente? (Luís, 2022, informação verbal. Categorias: Econômico / Técnico e administrativo / Legal e político).

Além disso, ele destaca a importância de políticas públicas que promovam a visibilidade e a gestão de eventos como o Festival Internacional de Teatro (FIT), cruciais para a vitalidade cultural da cidade.

Quanto ao futuro do mercado teatral, Luís enfatiza a necessidade de um

sistema de formação e desenvolvimento de espetáculos com potencial para circulação (inter)nacional. Ele sugere a criação de um modelo colaborativo que envolva representantes de empresas, indústrias e o mercado cultural, incluindo a possibilidade de um “selo cultural” para regular negociações e intercâmbios.

5.2.4 Duda

Duda, destaca a importância de repensar a relação com o público e a necessidade de mais pesquisas e dados sobre o setor. Também aponta para a luta por inclusão e representatividade, especialmente no contexto da implementação da Lei Aldir Blanc. Essa lei, embora tenha chegado tardiamente e com recursos limitados, foi uma das poucas iniciativas governamentais voltadas especificamente para o setor cultural durante a pandemia.

Como que vai transmitir e tal, aí no final das contas eu consegui, começar a entrar recurso e **sobreviver** basicamente com a coordenação técnica dos festivais assim, foram mais de dez festivais que eu fiz durante esse período. (Duda, 2023, informação verbal. Categorias: Econômico / Técnico e administrativo).

Para Duda, a relação entre os entes governamentais e o setor cultural também é marcada por disputas e inadequações. Existe uma disputa de narrativa entre a prefeitura e o Governo do Estado, cada um alegando maior envolvimento com a área cultural. Essa disputa parece ter estimulado a prefeitura a iniciar reuniões com representantes do setor; no entanto, essas reuniões muitas vezes revelaram um despreparo por parte dos representantes do poder público. Além disso, a prefeitura não criou um edital específico para atendimento à COVID-19, mantendo sua agenda de editais normal e fornecendo apenas auxílios básicos, como cestas de alimentos para artistas em situação de vulnerabilidade.

Burocracia é outro obstáculo significativo enfrentado pelo setor cultural apontado por Duda, especialmente no que diz respeito ao processo de inscrição e prestação de contas de projetos. A complexidade das planilhas utilizadas, que variam de acordo com cada cidade e ação, torna o processo burocrático e dificulta a participação de interessados. A necessidade de simplificar esse processo é ressaltada, bem como a importância de uma linguagem clara e acessível nos editais. Embora o acompanhamento da execução dos projetos seja considerado satisfatório, a burocracia ainda é um desafio a ser superado.

Duda reflete que o setor cultural enfrenta uma série de desafios que vão desde a necessidade de repensar a relação com o público até a superação de obstáculos burocráticos e a falta de políticas públicas eficazes. A pandemia de COVID-19 exacerbou muitas dessas questões, mas também abriu espaço para novas formas de engajamento e produção cultural, como festivais virtuais. Segundo Duda, a solução para esses desafios requer uma abordagem integrada que envolva tanto o poder público quanto os profissionais do setor, com foco na inclusão, representatividade e eficácia na gestão de recursos e políticas.

5.2.5 Otávio

De acordo com Otávio, a necessidade de adaptação ao ambiente virtual, embora desafiadora, permitiu que ele explorasse novas formas de distribuição digital, alcançando um público mais amplo e diversificado. Este fenômeno não apenas destaca o potencial da tecnologia como um meio de democratização da arte, mas também ressalta a importância de investir em novas plataformas de distribuição e consumo cultural, mesmo após o fim das restrições pandêmicas.

No entanto, Otávio é cauteloso ao reconhecer as limitações inerentes às apresentações virtuais. A falta de interação direta com o público e a dificuldade em replicar a atmosfera única do teatro ao vivo são aspectos que não podem ser ignorados.

Não sou um bom espectador do teatro virtual, não tenho paciência. Tentei assistir uma coisa ou outra, mas eu não consigo prestar atenção, eu me disperso rápido, para mim era um desespero, sabe? Também não tive muito tempo porque fiquei trabalhando, a gente estava naquela preocupação de **sobreviver**. (Otávio, 2023, informação verbal. Categorias: Econômico / Relação com o público).

A discussão também se estende ao papel do governo no fomento à cultura. Antes da pandemia, em Belo Horizonte, o envolvimento governamental no setor cultural era tangencial, eclipsado por outras áreas consideradas mais prioritárias, como saúde e educação. No entanto, a cidade já possuía uma cena cultural ativa, parcialmente financiada por recursos públicos.

Além disso, Otávio aponta para obstáculos burocráticos que muitos artistas enfrentam, como a complexidade das prestações de contas e a necessidade de habilidades administrativas para acessar recursos e benefícios. Ele sugere que o

governo poderia desempenhar um papel mais ativo na capacitação dos artistas, simplificando processos e fornecendo treinamentos em gestão financeira. Tais medidas não apenas facilitariam o acesso aos recursos, mas também fortaleceriam o setor cultural, tornando-o mais resiliente a desafios futuros. Otávio destaca a necessidade de adaptabilidade, a importância de entender as nuances da interação público-artista e o papel potencialmente subestimado do governo no apoio ao setor.

5.2.6 Gabriela

Gabriela enfatiza a importância das políticas públicas, como a Lei Aldir Blanc, que serviram como um suporte crucial para a continuidade das atividades artísticas durante a crise sanitária.

Eu acho que (Lei Aldir Blanc) foi importante não só para **sustentar**, para gente conseguir **sobreviver**, mas também para se manter criando, se manter vivo criativamente. Foi um baque muito grande. Além da questão da instabilidade financeira e de trabalho, porque a gente sabe que o negócio mercado é instável, a gente não tem nada que garanta a gente, nunca tivemos carteira assinada, nem nada disso, direito trabalhista nenhum. Todo mundo é MEI. (Gabriela, 2023, informação verbal. Categorias: Crise e emergência / Econômico / Social e cultural / Econômico).

A importância dessas políticas públicas torna-se ainda mais evidente quando se considera que o setor já enfrentava desafios estruturais e regionais, como a concentração de recursos e produção no Sudeste do Brasil.

Gabriela também aborda a questão da resiliência do mercado cultural, apontando que, apesar dos desafios impostos tanto pelo ambiente político quanto pela pandemia, o setor mostra uma capacidade notável de adaptação.

Não acho que essa pandemia mudou permanentemente o mercado de cultura e de teatro. Eu acho que o mercado cultural está sobrevivendo. Ele é um sobrevivente. Com todas as questões da pandemia a gente se virou e conseguiu fazer coisas e criar linguagens, mas o teatro é a arte da presença, do encontro. Então foi uma coisa muito circunstancial, não vejo como uma mudança permanente. (Gabriela, 2023, informação verbal. Categorias: Relação com o público / Social e cultural / Técnico e administrativo).

Ela menciona a transição para o ensino online e a criação de novas linguagens artísticas como exemplos dessa adaptabilidade. No entanto, ela também destaca a necessidade de diversificar as fontes de financiamento.

A questão da regionalização é outro ponto crítico em sua análise. Gabriela

expressa um desejo de continuar produzindo em Minas Gerais e aponta para as dificuldades adicionais enfrentadas por outras regiões, como o Norte e o Nordeste. Isso sugere que, embora as políticas públicas possam fornecer algum alívio, elas ainda são insuficientes para abordar as disparidades regionais no acesso a recursos e oportunidades no setor cultural.

No que diz respeito aos obstáculos burocráticos, Gabriela destaca a complexidade dos editais como um fator que consome tempo e recursos dos artistas e produtores culturais. Este ponto é particularmente relevante quando consideramos que muitos desses profissionais já estão operando com recursos limitados devido à pandemia e às políticas governamentais anteriores. A competição acirrada por recursos limitados pode, portanto, exacerbar ainda mais as desigualdades dentro do setor.

Por fim, Gabriela expressa otimismo quanto ao futuro do mercado teatral, especialmente considerando as mudanças positivas no cenário político e na implementação de novos editais. Ela vê a pandemia como uma circunstância temporária e acredita que o setor está em um processo de recuperação e evolução. Este otimismo, apoiado por sua observação sobre a retomada de atividades presenciais do teatro, sugere uma visão de que o mercado cultural não apenas sobreviverá aos desafios atuais, mas também continuará a inovar e a se desenvolver.

5.3 Sobrevivência e sustentabilidade no mercado teatral

Após compreender que a LAB, enquanto política pública de cultura, desempenhou um papel fundamental na mitigação dos impactos negativos da pandemia no mercado teatral, revisei as entrevistas com artistas e gestores do setor teatral de Belo Horizonte e, das seis categorias de análise previamente definidas, emergiu uma categoria superior (tabela 7) denominada “sobrevivência e sustentabilidade”.

Tabela 7 – Categorias de Análise

Categoria Superior
Sobrevivência e Sustentabilidade

Categorias Iniciais					
Legal e político	Social e cultural	Econômico	Crise e emergência	Técnico e administrativo	Relação como público

Elaborado pela autora (2023)

A categoria superior “sobrevivência e sustentabilidade” abrange aspectos financeiros, criativos, burocráticos e estratégicos, e aponta para a necessidade de soluções de longo prazo que garantam não apenas a sobrevivência imediata, mas também o desenvolvimento sustentável do setor. A LAB, embora tenha desempenhado um papel crucial na mitigação dos impactos imediatos da pandemia, é vista como insuficiente para abordar questões estruturais de longo prazo que afetam a sustentabilidade do mercado teatral.

Conforme apontado pelos entrevistados, o mercado teatral enfrenta uma série de desafios complexos e interconectados que vão desde a necessidade de adaptação a novas plataformas tecnológicas até a superação de obstáculos burocráticos e políticos, que são anteriores à pandemia. Carlos e Gilberto, por exemplo, destacam a urgência da sobrevivência e sustentabilidade financeira no contexto atual. Carlos vê a transição para o ambiente virtual como uma estratégia de sobrevivência, mas ressalta que isso também representa um desafio em termos de investimento e habilidades técnicas. Gilberto, por outro lado, critica a LAB como uma medida emergencial que não promove a sustentabilidade do setor a longo prazo¹¹.

Luís e Duda, focam nos desafios burocráticos e políticos que complicam ainda mais a questão da sustentabilidade. Ambos concordam que a burocracia e a falta de políticas públicas eficazes são barreiras significativas para a sobrevivência e o crescimento do setor. Luís destaca a carência de financiamento público e a complexidade dos processos administrativos, enquanto Duda aponta para a dificuldade dos processos de inscrição e prestação de contas. A necessidade de uma abordagem mais abrangente e

¹¹ A LAB 2 (Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura) foi aprovada pelo Congresso em março de 2022 e vetada totalmente por Bolsonaro em maio (assim como a Lei Paulo Gustavo). Em julho do mesmo ano, o Congresso Nacional derrubou os vetos do presidente e promulgou as duas leis. No entanto, por meio de medidas provisórias, Bolsonaro adiou o repasse das verbas da lei Paulo Gustavo para 2023, enquanto a LAB 2 ficaria para 2024.

colaborativa para encontrar soluções sustentáveis é um ponto comum entre eles.

Otávio e Gabriela oferecem uma visão mais otimista. Otávio enxerga o ambiente virtual como uma oportunidade para alcançar um público mais amplo, embora reconheça suas limitações. Gabriela, por sua vez, considera que o setor cultural é um “sobrevivente” e expressa otimismo quanto ao seu futuro. Ambos concordam que, apesar dos desafios, o setor mostra uma capacidade notável de adaptação e inovação, o que pode ser crucial para sua sobrevivência a longo prazo.

A questão da intervenção governamental é um tema recorrente em todas as entrevistas. Enquanto alguns, como Gilberto, criticam a dependência do setor em relação à isenção fiscal, outros, como Luís e Duda, apontam para a necessidade de políticas públicas mais eficazes e inclusivas. Gabriela também destaca a importância das políticas públicas, mas sugere que elas ainda são insuficientes para abordar as disparidades regionais e estruturais no acesso a recursos e oportunidades.

Dado esse cenário complexo, é útil adotar uma abordagem sistêmica para entender as interações entre os diversos atores e fatores envolvidos, desde políticas públicas até inovações tecnológicas e demandas do público, bem como abordar os desafios da sobrevivência e sustentabilidade no mercado teatral.

5.4 Abordagem sistêmica na sobrevivência do mercado cultural

O mercado, conforme apresentado na revisão de literatura, é um sistema dinâmico e complexo, composto por múltiplos atores interconectados que interagem de maneira não-linear, gerando comportamentos emergentes. As políticas públicas influenciam o processo de formação e desenvolvimento dos mercados e os governos desempenham um papel importante nesse processo, como no caso da LAB. Porém, o consumidor, embora seja diretamente afetado pelos agentes culturais e pela LAB, foi um ator que não participou do processo decisório de criação e implementação da Lei.

5.4.1 O consumidor no contexto estudado

Para Canedo (2019) e Rubim (2022), a população em geral deve compartilhar

com o governo a responsabilidade pela formulação de políticas públicas, pois é ela que melhor conhece as suas necessidades reais. O indivíduo com essas características é chamado dereflexivamente desafiador (Ozanne; Murray, 1995). No contexto estudado, o consumidor não teve participação na tomada de decisão, o que nos revela que ele foi sujeito da mudança topológica, portanto essa é uma pesquisa caracterizada como de reconfiguração institucional de mercado (Giesler; Thompson, 2016).

O episódio “Criações Intermídia”, do podcast Horizonte da Cena, aborda a interatividade em projetos artísticos e teatrais, destacando vários aspectos positivos dessa abordagem. Um dos pontos mais salientes é o envolvimento ativo do público. De acordo com o conteúdo analisado na categoria “Relação com o público”, a interatividade permite que os espectadores desempenhem um papel ativo na obra, seja fazendo escolhas que influenciam a narrativa ou interagindo diretamente com os artistas. Esse nível de engajamento não apenas torna a experiência mais imersiva, mas também estimula uma conexão mais profunda com a obra.

Além do envolvimento ativo, a interatividade também favorece a proximidade e o convívio entre artistas e público. Mesmo em plataformas digitais, a interação por meio de chats, fóruns e outras ferramentas sociais pode criar um senso de comunidade em torno da obra. Esse ambiente colaborativo permite a troca de ideias e experiências, enriquecendo a percepção da obra para todos os envolvidos.

Outro benefício da interatividade é a personalização da experiência artística. Cada espectador tem a oportunidade de moldar a narrativa de acordo com suas próprias preferências e interesses. Isso não apenas torna a experiência mais significativa para o indivíduo, mas também pode levar a interpretações e discussões mais ricas sobre a obra.

Embora a interatividade e o teatro digital ofereçam novas oportunidades para o engajamento do público, eles também levantam desafios significativos em relação ao acesso e à inclusão. O acesso confiável à internet é um pré-requisito básico para a participação em experiências teatrais online, mas limitações financeiras, infraestrutura inadequada e falta de conhecimento tecnológico podem excluir segmentos significativos da população. Além disso, a necessidade de equipamentos tecnológicos adequados, como computadores, smartphones ou

tablets, adiciona outra camada de barreiras à inclusão. A falta de acesso a esses dispositivos ou a habilidade para utilizá-los eficazmente pode restringir ainda mais a participação em experiências culturais digitais. Assim, enquanto a interatividade tem o potencial de democratizar o acesso à cultura, ela também pode agravar as desigualdades existentes.

5.4.2 Processo decisório: racionalidade limitada

A economia comportamental introduz o conceito de racionalidade limitada, indicando que as decisões humanas não são sempre plenamente racionais devido a restrições cognitivas, escassez de informação e tempo. Em muitos casos, as decisões são pautadas em heurísticas, que, embora não sejam ideais, são adequadas para a situação em questão (Simon, 1955). Podemos correlacionar a implementação da Lei Aldir Blanc com a teoria da racionalidade limitada das seguintes maneiras: (1) Tomada de decisão sob incerteza: a pandemia criou um ambiente de grande incerteza para o setor cultural. A LAB foi uma resposta a essa incerteza, buscando fornecer algum apoio financeiro para ajudar os profissionais do setor a sobreviverem durante a crise. No entanto, devido às limitações de informação e recursos, a implementação da lei pode não ter sido perfeitamente racional ou eficiente. (2) Limitações de recursos: as decisões sobre como alocar os recursos (limitados) tiveram que ser feitas com base em critérios de "satisfatoriedade", em vez de uma otimização perfeita. (3) Complexidade da implementação: a implementação da LAB envolveu a coordenação entre diferentes níveis de governo, bem como a distribuição de recursos para uma ampla gama de beneficiários. Essa complexidade pode ter levado a decisões que foram limitadas pela capacidade cognitiva dos tomadores de decisão e pela disponibilidade de informações.

6 DISCUSSÃO FINAL

A presente pesquisa investigou o papel do governo nos mercados em contexto de crise, utilizando uma abordagem sistêmica, aproximando EMC e MSD. A hipótese inicial era de que a implementação de políticas públicas, no caso Lei Aldir Blanc, seria determinante para a sobrevivência da cadeia produtiva do mercado teatral de Belo Horizonte durante a pandemia de Covid-19.

Os resultados obtidos revelaram que a implementação de uma política pública foi o fator determinante para a sobrevivência da cadeia produtiva do mercado teatral durante a pandemia. O governo federal foi importante para a criação da Lei Aldir Blanc por sua prática normativa, garantindo a implementação da lei por meio do SNC que teve uma grande adesão dos municípios no período. Já os governos estaduais e municipais ficaram responsáveis por avaliar os critérios de distribuição de recursos, bem como garantir que o agente contemplado recebesse a ajuda financeira.

Esses resultados têm implicações significativas no contexto mais amplo da área de estudo. Eles confirmam a importância da abordagem sistêmica para a compreensão da complexidade dos mercados, unindo perspectivas de análise diferentes e multidisciplinares. Além disso, fornecem *insights* que podem orientar gestores públicos e atores do setor cultural na formulação de políticas públicas e tomada de decisões mais eficazes. Também contribuem para o avanço do conhecimento na área de marketing, especialmente no que diz respeito à racionalidade limitada em contextos de mercado.

É importante ressaltar que esta pesquisa apresenta limitações temporais, uma vez que os dados podem ser relevantes apenas para o período específico de análise. Além disso, existem limitações metodológicas e amostrais que devem ser consideradas ao interpretar os resultados.

Com base nos resultados e limitações desta pesquisa, sugere-se que pesquisas futuras explorem a capacidade de adaptação de mercados resilientes ao longo do tempo, bem como as relações de poder presentes nesses sistemas. Além disso, é importante investigar outras áreas de estudo que possam se beneficiar da abordagem sistêmica de mercado.

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, L. Markets, market-making and marketing. **Marketing theory**, Sage Publications Sage. UK: London, England, v. 7, n. 3, p. 211 – 226, 2007.
- ARAUJO, L.; FINCH, J.; KJELLBERG, H. **Reconnecting marketing to markets**. [S.I.]:Oxford University Press, 2010.
- ARAUJO, L.; KJELLBERG, H.; SPENCER, R. **Market practices and forms: introduction to the special issue**. [S.I.]: Sage Publications Sage UK: London, England, 2008. 5 – 14 p.
- BARBALHO, A. Política cultural em tempo de crise: o Ministério da Cultura no Governo Temer. **Revista de Políticas Públicas**, Universidade Federal do Maranhão, v. 22, n. 1, p.239 – 259, 2018.
- BARBALHO, A. Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: edufba, p. 37 – 60, 2007.
- BELK, R.; FISCHER, E.; KOZINETS, R. Approaches to data analysis, interpretation and theory building for scholarly research. **Qualitative Consumer and Marketing Research**;Sage: London, UK, 2013.
- BOTELHO, I. A política cultural e o plano das ideias. **Políticas culturais no Brasil**.Salvador: EDUFBA, p. 109 – 132, 2007.
- CALABRE, L. A arte e a cultura em tempos de pandemia: os vários vírus que nos assolam. **Revista Extraprensa**, v. 13, n. 2, p. 7 – 21, 2020.
- CALABRE, L. Política Cultural em tempos de democracia: a Era Lula. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, SciELO Brasil, p. 137 – 156, 2014.
- CALABRE, L. Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, v. 1, p. 87 – 108, 2007.
- CANCLINI, N. G. Definiciones en transición. **D. Mato (comp.), Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización**, Buenos Aires, Clacso-Asdi, 2001.
- CANEDO, D. Cultura é o quê? Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. **V ENECULT**, v. 5, p. 1 – 14, 2009.
- CASTILHOS, R. B.; DOLBEC, P.; VERESIU, E. Introducing a spatial perspective to analyze market dynamics. **Marketing Theory**, SAGE Publications Sage UK: London, England, v. 17, n. 1, p. 9 – 29, 2017.
- CERQUEIRA, A. P. C. de. Política cultural e “crise” no governo Temer. **Revista Novos Rumos**, v. 55, n. 1, 2018.
- CHINTAGUNTA, P. K.; GOPINATH, S.; VENKATARAMAN, S. The effects of online user reviews on movie box office performance: Accounting for sequential rollout and aggregation across local markets. **Marketing science**, INFORMS, v. 29, n. 5, p. 944 – 957, 2010.

- COSKUNER-BALLI, G.; TUMBAT, G. Performative structures, American exceptionalism, and the legitimization of free trade. **Marketing Theory**, SAGE Publications Sage UK: London, England, v. 17, n. 1, p. 31 – 50, 2017.
- DOLBEC, P.; FISCHER, E. Refashioning a field? Connected consumers and institutional dynamics in markets. **Journal of Consumer Research**, The University of Chicago Press, v. 41, n. 6, p. 1447 – 1468, 2015.
- ERTIMUR, B.; COSKUNER-BALLI, G. Navigating the institutional logics of markets: Implications for strategic brand management. **Journal of Marketing**, SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA, v. 79, n. 2, p. 40 – 61, 2015.
- FIGUEIREDO, B.; SCARABOTO, D. The systemic creation of value through circulation in collaborative consumer networks. **Journal of Consumer Research**, Oxford University Press, v. 43, n. 4, p. 509 – 533, 2016.
- FISCHER, E.; CASTILHOS, R. B.; FONSECA, M. J. Entrevista qualitativa na pesquisa de marketing e do consumidor: abordagens paradigmáticas e orientações. **ReMark-Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 4, p. 67 – 79, 2014.
- FLICK, U. Desenho da pesquisa qualitativa. In: **Desenho da pesquisa qualitativa**. [S.l.:s.n.], 2009. p. 164 – 164.
- GIESLER, M. Conflict and compromise: drama in marketplace evolution. **Journal of Consumer Research**, The University of Chicago Press, v. 34, n. 6, p. 739 – 753, 2008.
- GIESLER, M. How doppelgänger brand images influence the market creation process: Longitudinal insights from the rise of botox cosmetic. **Journal of Marketing**, SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA, v. 76, n. 6, p. 55 – 68, 2012.
- GIESLER, M. Social systems in marketing. **ACR European Advances**, 2003.
- GIESLER, M.; FISCHER, E. **Market system dynamics**. [S.l.]: SAGE Publications Sage UK: London, England, 2017. 3 – 8 p.
- GIESLER, M.; THOMPSON, C. J. A tutorial in consumer research: Process theorization in cultural consumer research. **Journal of Consumer Research**, Oxford University Press, v. 43, n. 4, p. 497 – 508, 2016.
- GIESLER, M.; VERESIU, E. Creating the responsible consumer: Moralistic governance regimes and consumer subjectivity. **Journal of Consumer Research**, University of Chicago Press, v. 41, n. 3, p. 840 – 857, 2014.
- GÓES, G. S. *et al.* O setor cultural na pandemia: o teletrabalho e a Lei Aldir Blanc. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 2022.
- HAGBERG, J.; KJELLBERG, H. Who performs marketing? Dimensions of agential variation in market practice. **Industrial Marketing Management**, Elsevier, v. 39, n. 6, p. 1028 – 1037, 2010.
- HARRISON, D.; KJELLBERG, H. How users shape markets. **Marketing Theory**, SAGE Publications Sage UK: London, England, v. 16, n. 4, p. 445 – 468, 2016.
- HUMPHREYS, A. Megamarketing: The creation of markets as a social process.

Journal of Marketing, SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA, v. 74, n. 2, p. 1 – 19, 2010a.

HUMPHREYS, A. Semiotic structure and the legitimation of consumption practices: The case of casino gambling. **Journal of Consumer Research**, The University of Chicago Press, v. 37, n. 3, p. 490 – 510, 2010b.

IZBERK-BILGIN, E. Infidel brands: Unveiling alternative meanings of global brands at the nexus of globalization, consumer culture, and Islamism. **Journal of Consumer Research**, The University of Chicago Press Chicago, IL, v. 39, n. 4, p. 663 – 687, 2012.

KARABABA, E.; GER, G. Early modern Ottoman coffeehouse culture and the formation of the consumer subject. **Journal of Consumer Research**, University of Chicago Press Chicago, IL, v. 37, n. 5, p. 737 – 760, 2011.

KJELDGAARD, D. *et al.* Consumers' collective action in market system dynamics: A case of beer. **Marketing Theory**, SAGE Publications Sage UK: London, England, v. 17, n. 1, p. 51 – 70, 2017.

KJELLBERG, H.; HELGESSON, C. Multiple versions of markets: Multiplicity and performativity in market practice. **Industrial Marketing Management**, Elsevier, v. 35, n. 7, p. 839 – 855, 2006.

KJELLBERG, H.; HELGESSON, C. On the nature of markets and their practices. **Marketing theory**, Sage Publications Sage UK: London, England, v. 7, n. 2, p. 137 – 162, 2007.

KJELLBERG, H.; MURTO, R. Theorizing markets. **AMS Review**, Springer, v. 11, n. 3-4, p. 207 – 215, 2021.

LANGLEY, A. Strategies for theorizing from process data. **Academy of Management review**, Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510, v. 24, n. 4, p. 691 – 710, 1999.

LEME, P. H. M. V.; REZENDE, D. C. de. A construção de mercados sob a perspectiva da teoria ator-rede e dos estudos de mercado construtivistas (EMC). **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 8, n. 2, p. 133 – 151, 2018.

LISBOA, S. M. *et al.* As práticas de sobrevivência dos agentes periféricos no campo teatral: um estudo comparativo entre Brasil e Espanha. Universidade Federal de Minas Gerais, 2020.

MARTIN, D. M.; SCHOUTEN, J. W. Consumption-driven market emergence. **Journal of Consumer research**, University of Chicago Press, v. 40, n. 5, p. 855 – 870, 2014.

MASON, K.; KJELLBERG, H.; HAGBERG, J. **Exploring the performativity of marketing**: theories, practices and devices. [S.l.]: Taylor & Francis, 2015. 1 – 15 p.

MEDEIROS, J. **A construção do mercado de e-books no Brasil**: uma análise por meio de práticas de Marketing. 2013. Dissertação (Mestrado) — Universidade Estadual de Maringá.

MEDEIROS, J.; VIEIRA, F. G. D.; NOGAMI, V. K. da C. Práticas de mercado e inovação: dimensões esquecidas. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 2, p. 238 –

261, 2013. ISSN 1809-2039. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916302479>.

NOGAMI, V. K. da C.; VIEIRA, F. G. D.; MEDEIROS, J. Construção de mercados: um estudo no mercado de notebooks para baixa renda. **Gestão & Regionalidade**, v. 31, n. 93, 2015.

NØJGAARD, M. Ø.; BAJDE, D. Comparison and cross-pollination of two fields of market systems studies. **Consumption Markets & Culture**, Taylor & Francis, v. 24, n. 2, p. 125 – 146, 2021.

OZANNE, J. L.; MURRAY, J. B. Uniting critical theory and public policy to create the reflexively defiant consumer. **American Behavioral Scientist**, Sage Publications Thousand Oaks, v. 38, n. 4, p. 516 – 525, 1995.

RAEVSKIKH, E.; KHALID, U.; BENGHOZI, P. J. **Culture in Times of COVID-19 Resilience, Recovery and Revival**. 2022.

REZENDE, D. C. de; CASTRO, A. L. de O. Construção e dinâmicas de mercado: o estágio evolutivo da área no Brasil frente ao contexto internacional. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 12, n. 2, p. 128 – 140, 2022.

RODRIGUES, L. A. F.; CORREIA, M. S. Cultura e processos de gestão em tempo de pandemia-quantificações emergenciais. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 109 – 132, 2021.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais e novos desafios. 2009.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, p. 11 – 36, 2007.

RUBIM, A. A. C. **Políticas culturais no governo Lula**. [S.l.]: Edufba, 2010.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no primeiro governo Dilma: patamar rebaixado. **Políticas culturais no governo Dilma**, Universidade Federal da Bahia Salvador, p. 11 – 31, 2015.

RUBIM, A. A. C. **Políticas culturais**: Diálogos possíveis. [S.l.]: Edições Sesc SP, 2022.

RUBIM, A. A. C.; TAVARES, M. Cultura e política no Brasil atual. **São Paulo: Fundação Perseu Abramo**, 2021.

SCARABOTO, D.; FISCHER, E. Frustrated fatshionistas: An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. **Journal of Consumer Research**, University of Chicago Press Chicago, IL, v. 39, n. 6, p. 1234 – 1257, 2013.

SCOTT, S. V.; ORLIKOWSKI, W. J. Entanglements in practice. **MIS quarterly**, JSTOR, v. 38, n. 3, p. 873 – 894, 2014.

SECCHI, L. **Políticas públicas**: conceitos, esquemas de análise, casos práticos. [S.l.]: Cengage Learning, 2014.

SEMENSATO, C. A. G.; BARBALHO, A. A. A Lei Aldir Blanc como política de emergência à cultura e como estímulo ao SNC. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 85 – 108, 2021.

SIMON, H. A. A behavioral model of rational choice. **The quarterly journal of economics**, JSTOR, p. 99 – 118, 1955.

THOMPSON, C. J.; COSKUNER-BALLI, G. Countervailing market responses to corporate co-optation and the ideological recruitment of consumption communities. **Journal of consumer research**, The University of Chicago Press, v. 34, n. 2, p. 135 – 152, 2007.

VARGO, S. L. On a Theory of Markets and Marketing: From Positively Normative to Normatively Positive. **Australasian Marketing Journal**, v. 15, n. 1, p. 53 – 60, 2007. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S1441-3582\(07\)70029-0](https://doi.org/10.1016/S1441-3582(07)70029-0).

VARGO, S. L. *et al.* A systems perspective on markets—Toward a research agenda. **Journal of business research**, Elsevier, v. 79, p. 260 – 268, 2017.

Anexos

ANEXO 1: ENTREVISTA - ROTEIRO BASE

- 1) Qual a sua trajetória na área cultural?
- 2) Qual(is) o(s) produto(s) teatral(is) que você e/ou sua instituição disponibiliza para o seu público?
- 3) Antes da pandemia, quais as fontes de recursos que viabilizam os produtos disponibilizados?
- 4) Como você descreveria o envolvimento do governo com o mercado cultural antes da pandemia?
- 5) Você acredita que a resposta do governo à crise sanitária foi adequada para o setorcultural?
- 6) Você utilizou recursos da Lei Aldir Blanc? Qual projeto foi contemplado? Como foi a execução?
- 7) Como você acredita que deverá ser o papel do governo na recuperação do mercadoteatral pós-pandemia?