

UFRRJ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS/
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR / INSTITUTO TRÊS RIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

DISSERTAÇÃO

**O TRABALHO EM ORGANIZAÇÕES DE ECONOMIA CRIATIVA:
UMA ANÁLISE NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO PROCESSO
DE INCUBAÇÃO DO PROGRAMA RIO CRIATIVO**

FLORA THAMÍRIS RODRIGUES BITTENCOURT

2017



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS / INSTITUTO
MULTIDISCIPLINAR / INSTITUTO TRÊS RIOS
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO**

DISSERTAÇÃO

**O TRABALHO EM ORGANIZAÇÕES DE ECONOMIA
CRIATIVA: UMA ANÁLISE NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO
PROCESSO DE INCUBAÇÃO DO PROGRAMA RIO CRIATIVO**

FLORA THAMÍRIS RODRIGUES BITTENCOURT

Sob a Orientação da Professora
Dra. Janaína Machado Simões

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Administração**, no curso de Pós-Graduação em Administração, Área de Concentração em Gestão e Estratégia.

Seropédica, RJ
Junho, 2017

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B624t Bittencourt, Flora Thamiris Rodrigues, 1991-
O trabalho em organizações de economia criativa:
uma análise nas empresas participantes do processo de
incubação do programa Rio Criativo / Flora Thamiris
Rodrigues Bittencourt. - 2017.
67 f.: il.

Orientadora: Janaína Machado Simões.
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Programa De Pós-Graduação em
Administração, 2017.

1. Economia Criativa. 2. Organizações. 3. Trabalho.
I. Simões, Janaína Machado, 1980-, orient. II
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
Programa De Pós-Graduação em Administração III. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Instituto Multidisciplinar/Instituto Três Rios
Programa de Pós-graduação em Administração-PPGA
Mestrado Acadêmico em Administração-MAA

FLORA THAMÍRIS RODRIGUES BITTENCOURT

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre, no Programa de Pós-Graduação em Administração, na área de concentração em Gestão e Estratégia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 27/06/2017

Prof.^a Dr.^a Janaína Machado Simões
Orientadora – Presidente
Membro Interno
UFRRJ

Prof.^a Dr.^a Geruza Tavares D'Avila
Membro Interno
UFRRJ

Prof.^a Dr.^a Rejane Prevot Nascimento
Membro Externo
UNIGRANRIO

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao meu criador, Deus, por ter me dado forças de chegar até aqui e nunca ter me desamparado nos momentos que precisei de sua ajuda.

Agradeço a todos os seres de luz que me protegem e permitem que eu possa vivenciar novas experiências a cada dia, enxergando que a vida é uma troca contínua de reciprocidade.

Agradeço a minha família, meu pai e minha mãe, pelo amparo familiar e financeiro que me dedicam até os dias de hoje com muito amor, paciência, carinho e confiança.

Agradeço aos meus amigos da vida Ricardo Silva e Fabio Custódio por sempre me apoiarem. E também aos meus amigos da turma 2015 pela parceria, compartilhamento de ideias, incentivos, suporte psicológico, risadas, ensinamentos e novas formas de encarar a vida e o mundo do trabalho. Em especial sou grata a Joice, Thais, André, Aline, Daniela e Ana.

Agradeço aos meus professores do ensino médio por terem me dado a base necessária para começar a minha trajetória acadêmica. Em especial a Juliana Passos.

Agradeço aos meus queridos e especiais professores da UFF que sempre acreditaram no meu esforço e potencial para pertencer ao mundo acadêmico. Em especial Carolina Lescura, Manoela Valduga, Ari Fonseca e Valéria Guimarães.

Agradeço as professoras Rejane Prevot e Geruza Davila por sempre terem me acolhido e, de fato, terem me apresentado ao mundo do trabalho. Aprendi e evolui muito em todas as aulas. Além disso, agradeço também a professora Denise Barros pelas aulas de análise crítica nas organizações, que contribuíram para a parte teórica da dissertação e por ter me acolhido em suas aulas proporcionando, desse modo, em minha evolução enquanto pesquisadora.

Agradeço a minha orientadora Janaína Simões por ter me tornado uma estudante com mais preparo teórico, com capacidade de ver o mundo e as organizações de forma crítica. Sou grata por ter me tornado uma pessoa forte a cada reunião e dia de trabalho executado.

Agradeço aos integrantes do grupo de Estudos em Administração Contemporânea (GEAC), sem a parceria de vocês seria muito mais difícil fazer pesquisa científica. Em especial o carinho e solidariedade de Marina Gonçalves, Rafaela Carvalho, Renner Alves e Vanessa Faria.

Agradeço a todos os profissionais do setor de economia criativa. É uma honra desenvolver minha pesquisa nesse setor.

Por último, agradeço a CAPES pelo apoio dado a esta pesquisa.

“A cultura está acima da diferença da condição social.” (Confúcio)

RESUMO

BITTENCOURT, Flora Thamiris Rodrigues. **O trabalho em organizações de economia criativa: uma análise nas empresas participantes do processo de incubação do programa Rio Criativo**. 2017. 67p. Dissertação (Mestrado em Administração). Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

O conceito de economia criativa refere-se a um conjunto de atividades que dependem do conteúdo simbólico, o qual nele está incluído a criatividade como matéria-prima, além de ser o fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, que favorece potencialmente a geração de riqueza e desenvolvimento econômico. Consequentemente, pode favorecer ganhos de geração de renda, criação de emprego e exportação, promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Observam-se também os aspectos econômicos, culturais e sociais que integram a tecnologia e a propriedade intelectual. A economia criativa abrange atividades relacionadas a artes cênicas; música; artes visuais; literatura e mercado editorial; audiovisual; animação; *games*; *software* aplicado à economia criativa; publicidade; rádio; TV; arquitetura; *design*; moda; gastronomia; cultura popular; patrimônios material e imaterial; artesanato; entretenimento; eventos e turismo cultural. Este trabalho justifica-se para ampliar a discussão teórica sobre o trabalho em organizações de economia criativa, posto que este tema ainda seja pouco explorado na área de Estudos Organizacionais no país. Com relação à dimensão prática, espera-se que este estudo colabore para um entendimento de novas formas de gestão às organizações de economia criativa e, consequentemente, seja capaz de possibilitar novas práticas de trabalho no ambiente laboral desse tipo de organização. A pesquisa tem como objetivo geral analisar a configuração do trabalho realizado em organizações de economia criativa. Para cumprimento de tal objetivo, foi realizada uma pesquisa de campo de natureza qualitativa. Como instrumentos de coleta de dados este estudo adotou a pesquisa documental e a entrevista semiestruturada. O método de análise da pesquisa foi baseado na análise de conteúdo. Os principais resultados obtidos foram o predomínio de atividades administrativas operacionais, desde o acompanhamento e elaboração de projetos, até mesmo responder *e-mails* e efetuar ações de controle financeiro ligadas a rotina de trabalho dos funcionários inseridos no setor. Percebeu-se que o desempenho do trabalho artístico, de fato, fica em segundo plano, uma vez que para a empresa funcionar é preciso cuidar da parte operacional de gestão. Além disso, as oportunidades para os negócios criativos são crescentes, mas o mercado interno ainda precisa ser desenvolvido e estimulado. Por outro lado, os empreendedores precisam assumir que suas atividades são pequenos negócios, carentes de estruturação e, conseqüente, de planejamento. Para contribuir com o desenvolvimento institucional e organizacional dos setores criativos, tona-se necessário investimento em produtos e serviços, com soluções específicas, que englobem a diversidade da economia criativa.

Palavras-chave: Economia Criativa; Organizações; Trabalho.

ABSTRACT

BITTENCOURT, Flora Thamíris Rodrigues. **The work in creative economy organizations: an analysis of the companies participating in the incubation process of the Rio Criativo program.** 2017. 67p. Dissertation (Master Degree in Administration). Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

The concept of creative economy refers to a set of activities that depend on symbolic content, which includes creativity as a raw material, as well as being the most expressive factor for the production of goods and services, which potentially favors Generation of wealth and economic development. Consequently, it can foster gains in income generation, job creation and export, promoting social inclusion, cultural diversity and human development. We also observe the economic, cultural and social aspects that integrate technology and intellectual property. The creative economy encompasses activities related to performing arts; music; visual arts; Literature and publishing; audio-visual; animation; Games; Software applied to the creative economy; advertising; radio; TV; architecture; Design; fashion; gastronomy; popular culture; Tangible and intangible assets; Handicrafts; Entertainment; Events and cultural tourism. This work is justified to broaden the theoretical discussion about the work in organizations of creative economy, since this subject is still little explored in the area of Organizational Studies in the country. With regard to the practical dimension, it is expected that this study will contribute to an understanding of new forms of management for creative economy organizations and, consequently, be able to make possible new work practices in the work environment of this type of organization. The research has as general objective to analyze the configuration of the work carried out in organizations of creative economy. To fulfill this objective, a qualitative field research was carried out. As data collection instruments, this study adopted the documentary research and semi-structured interview. The method of analysis of the research was based on content analysis. The main results obtained were the predominance of operational administrative activities, from monitoring and drafting projects, to responding to emails and carrying out financial control actions linked to the routine work of employees within the sector. It was noticed that the performance of the artistic work, in fact, is in second place, since for the company to function it is necessary to take care of the operational part of management. In addition, the opportunities for creative business are increasing, but the internal market still needs to be developed and stimulated. On the other hand, entrepreneurs need to assume that their activities are small businesses, lacking structuring and, consequently, planning. In order to contribute to the institutional and organizational development of the creative sectors, it is necessary to invest in products and services with specific solutions that encompass the diversity of the creative economy.

Key words: Creative Economy; Organizations; Work.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Empresa Arissas Multimídia	21
Quadro 2 – Empresa Benfeitoria	21
Quadro 3 – Empresa Embolacha	21
Quadro 4 – Empresa Encontrarte	22
Quadro 5 – Empresa e-Trilhas	22
Quadro 6 – Empresa Julia Vidal	22
Quadro 7 – Empresa Mob Content.....	23
Quadro 8 – Empresa Ponte Plural	23
Quadro 9 – Empresa Rios de História.....	23
Quadro 10 – Empresa Rumori.....	24
Quadro 11 – Pesquisa de documentos.....	25
Quadro 12 – Perfil dos sujeitos entrevistados	27
Quadro 13 – Categorias de análise	28
Quadro 14 – Síntese da subcategoria de análise descrição do processo de incubação	32
Quadro 15 – Síntese da subcategoria de análise descrição do trabalho	34
Quadro 16 – Síntese da subcategoria de análise descrição do ambiente de trabalho.....	35
Quadro 17 – Síntese da subcategoria de análise forma de divisão do trabalho	36
Quadro 18 – Síntese da subcategoria de análise forma de controle do trabalho.....	38
Quadro 19 – Síntese da subcategoria de análise tecnologias necessárias para realização do trabalho	39
Quadro 20 – Síntese da subcategoria de análise impacto das tecnologias da informação e comunicação no trabalho	41
Quadro 21 – Síntese da subcategoria de análise importância das redes sociais.....	42
Quadro 22 – Síntese da subcategoria de análise relação do trabalho com a inovação.....	44
Quadro 23 – Síntese da subcategoria de análise existência de legislação específica para o trabalho realizado	46
Quadro 24 – Síntese da subcategoria de análise formas de contrato de trabalho.....	48
Quadro 25 – Síntese da subcategoria de análise tipos de remuneração	49
Quadro 26 – Síntese da subcategoria de assessorias financeira, jurídica e comunicação	51
Quadro 27 – Síntese da subcategoria de análise trajetória profissional	52
Quadro 28 – Síntese da subcategoria de análise perfil do trabalhador da área	54
Quadro 29 – Síntese da subcategoria de análise relações interpessoais estabelecidas.....	56
Quadro 30 – Síntese da subcategoria de análise importância do trabalho	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Delimitação.....	2
1.2 Objetivos.....	2
1.3 Suposição.....	3
1.4 Relevância do estudo	3
2 REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1 O setor de economia criativa	4
2.1.1 Da indústria cultural à economia criativa	4
2.1.2 Economia criativa: um fenômeno contemporâneo	6
2.1.3 A economia criativa como um diferencial para as organizações.....	6
2.2 O mundo do trabalho e suas transformações na contemporaneidade	7
2.2.1 Mudanças no mundo do trabalho	8
2.2.2 Organização do trabalho na sociedade contemporânea e tecnologia	10
2.2.3 Características do trabalho na atualidade	11
2.3 O trabalho em organizações de economia criativa	14
2.3.1 A configuração do trabalho no setor de economia criativa	14
2.3.2 Características do trabalho no setor de economia criativa	15
2.3.3 A precarização do trabalho por trás do discurso de criatividade	16
2.3.4 Dimensões do trabalho em organizações de economia criativa	18
3 METODOLOGIA	20
3.1 Classificação da pesquisa	20
3.2 Organizações estudadas.....	20
3.3 Coleta de dados.....	24
3.3.1 Pesquisa documental.....	24
3.3.2 Entrevista semiestruturada.....	25
3.3.3 Sujeitos da pesquisa e critérios de seleção	26
3.4 Análise dos dados	27
3.4.1 Categorias de análise	28
4 RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA	29
4.1 Dinâmica do setor de economia criativa e o processo de incubação do programa Rio Criativo	29
4.2 Dimensão organizacional	33
4.3 Dimensão tecnológica.....	38
4.4 Dimensão legal	45
4.5 Dimensão individual.....	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
6 REFERÊNCIAS	60
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	65
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO	67

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa, que integra a economia do conhecimento, se apresenta como um novo campo de estudos no qual emergem questões como o papel da criatividade na produção, a natureza dos produtos criativos e de suas cadeias produtivas, a potencial geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual e a própria relação entre tecnologia e arte (SERRA; FERNANDEZ, 2014).

O grande potencial transformador da economia criativa, dado seu encadeamento com inúmeras atividades industriais e de serviços e seu forte potencial de geração de emprego e renda, fez dela um instrumento privilegiado na proposição e implementação de políticas públicas. Entre elas destacam-se desde incentivos fiscais até renovações completas de grandes centros urbanos deteriorados, passando pela recuperação de parques industriais decadentes, formação de *clusters* criativos, intercâmbio cultural, promoção de grandes eventos, estímulo ao empreendedorismo e incentivo às exportações de bens e serviços culturais (FERNANDEZ, 2014).

Mas dentre todas as possibilidades de políticas públicas abertas pela economia criativa a mais destacada é certamente o emprego, especialmente de jovens. No entanto, embora as atividades criativas sejam extremamente atrativas para essa parcela da população, suas exigências em relação a bons níveis de escolaridade e habilidades práticas limitam o acesso de profissionais a suas fileiras, em geral mais bem remunerado que a média (SERRA; FERNANDEZ, 2014). Além de exigir um novo perfil profissional, requerendo maiores investimentos na formação da força de trabalho, as atividades criativas são marcadas por relações de trabalho nas quais se destacam o *home work* e os trabalhadores *freelancers*, além de maior informalidade nos ambientes de trabalho (FLORIDA, 2012).

A noção de economia criativa é adotada por admitir-se que as práticas informacionais e comunicacionais constituem uma centralidade nessa economia. Essa foi também, de acordo com Reis (2008), a nomenclatura adotada pelo Banco Mundial ao considerar que as organizações desse tipo de economia já representam relevante porcentagem do PIB mundial e configuram um setor que deverá crescer significativamente nos próximos anos, mais do que os setores tradicionais.

Diferente da economia tradicional, Reis (2008) pondera que na economia criativa os indivíduos têm papel principal e estão centrados no uso de plataformas tecnológicas, com objetivo de aplicar soluções inovadoras nas questões que envolvem a integração da ciência, tecnologia e arte. Tal transição se dá pela mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho, orientada para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base intelectual, fundamentando-se no indivíduo, em seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos.

A economia criativa, que despontou como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, tem forte conteúdo de intangíveis e requer habilidades da força trabalho, de acordo com Freitas et al. (2014), além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos. De acordo com a UNCTAD (2010) as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais insumos. Tais atributos e características a fazem integrante da economia do conhecimento.

É fundamental ressaltar que em todas as atividades desempenhadas pelo homem existe um grau maior ou menor de criatividade. A criatividade faz com que pessoas, firmas e regiões possuam características únicas. Jäger (2014) pondera que a criatividade é essencial para a

atividade humana, podendo ser considerada o principal ativo intangível capaz de criar algo novo, inovador e valioso. Essas características também são importantes para as soluções de problemas e para a criação de novos produtos e processos. Ela está intimamente ligada à inovação, além de ser o elemento central no processo de fazer algo novo que possua mercado (JÄGER, 2014). Para a inovação, a criatividade é mais do que o elemento central, é a ignição do processo, ou seja, é o que dá início a todo processo inovativo.

No que tange ao mundo do trabalho, o trabalhador do século atual, conforme Antunes e Alves (2004), também sofre transformações e está cada vez mais fragmentada, heterogênea e diversificada. Bendassolli e Borges-Andrade (2011) verificam que os trabalhadores da economia criativa, como grupo profissional, são, na média, mais jovens do que a força de trabalho geral; detêm taxas mais elevadas de desemprego e de diversas formas de subemprego (trabalho em tempo parcial; trabalho intermitente; poucas horas de trabalho por semana); e têm uma tendência maior do que a população ativa a ter dois empregos ou mais ao mesmo tempo. Em termos salariais, para os autores, esses profissionais ganham menos do que os trabalhadores em categorias ocupacionais comparáveis no que se refere a capital humano (qualificação, experiência, posição hierárquica). Em resumo, ainda segundo os autores, predomina-se uma forte cultura de flexibilidade e uma organização do trabalho baseada em projetos.

Nesse sentido, a fim de se compreender acerca do trabalho no setor de economia criativa no estado do Rio de Janeiro, este estudo pretende responder ao seguinte problema: **Qual é a configuração do trabalho nas organizações de economia criativa?**

1.1 Delimitação

A pesquisa foi delimitada no estado do Rio de Janeiro, RJ, com organizações de economia criativa situadas no Estado que concluíram o primeiro processo de incubação realizada pela incubadora Rio Criativo denominadas de primeira geração de empresas incubadas. O Rio Criativo, fundado em 2010, tem suas origens no Instituto Gênesis, uma incubadora de empresas dos alunos da PUC Rio que iniciou suas atividades em 1997. Ao montar uma incubadora cultural, associando tecnologia à cultura, tornou-se o primeiro projeto de incubadora com esse foco na América Latina. O Rio Criativo está subordinado à Secretaria de Economia Criativa do estado do Rio de Janeiro. O motivo de escolha dessa incubadora refere-se ao fato de essas organizações terem passado por um processo de seleção por meio de edital lançado pela incubadora do Estado, mais especificamente por intermédio de seu *site*. Ressalta-se ainda que, de acordo com a Firjan (2014), são treze segmentos que essas organizações podem atuar dentro do setor, dentre eles: publicidade, arquitetura, *design*, moda, expressões culturais, patrimônio e artes, música, artes cênicas, editorial, audiovisual, pesquisa e desenvolvimento, tecnologia da informação e comunicação e biotecnologia.

Além disso, no campo teórico referente a economia criativa, o presente trabalho se delimitou em usar como fonte principal as teorias de Miguez (2007), Reis (2008) e UNCTAD (2010). No que se refere a mundo do trabalho, esta pesquisa seguiu as ideologias de Antunes (2008), Antunes (2014), Bendassolli (2009) e Barbosa (2011).

1.2 Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é: Analisar a configuração do trabalho realizado em organizações de economia criativa.

Para que se possa atingir o objetivo geral, faz-se necessário alcançar os seguintes objetivos específicos:

- a) Descrever a dinâmica do setor de economia criativa no Brasil;
- b) Compreender a dimensão organizacional das organizações de economia criativa;
- c) Apontar a contribuição da tecnologia para realização do trabalho em organizações de economia criativa;
- d) Investigar acerca de legislações existentes para execução do trabalho em organizações de economia criativa;
- e) Identificar as características do trabalhador atuante nas organizações de economia criativa;

1.3 Suposição

A economia criativa desencadeia mudanças na trajetória das organizações, uma vez que a tecnologia e a inovação impactam na configuração do trabalho desenvolvido nas organizações inseridas no setor (BACH, 2013). Desse modo, o presente trabalho parte da suposição de que existiria dois fenômenos presentes na configuração do trabalho no setor de economia criativa: a) a flexibilidade do trabalho; e b) precarização. O processo de flexibilização do trabalho é vivenciado pelo profissional na promoção do discurso da criatividade no trabalho pelas organizações que, segundo Hirata (2009), não o torna diferente dos demais trabalhos exercidos em outros setores. A precarização do trabalho, de acordo com Segnini (2007), possui uma conotação ideológica, mascarado sob um termo neutro, ou mesmo com uma conotação positiva, práticas de gestão que envolvem os trabalhadores. Portanto, supõe-se que a flexibilidade e a precariedade estão presentes na dinâmica do trabalho exercido em organizações de economia criativa.

1.4 Relevância do estudo

A relevância do tema é composta pelo fato de que cada vez mais estudiosos do campo da cultura apontam que o setor denominado economia criativa torna-se relevante, uma vez que, segundo Reis (2008) emprega profissionais produzindo significativas receitas, além de representar uma parcela expressiva do Produto Interno Bruto Nacional (PIB). É uma área relativamente nova da economia e que ganha uma importância crescente no mundo globalizado. Merece destaque neste cenário o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e comunicação que servem de apoio na divulgação desta nova forma de produção e de produtos inovadores.

Este estudo contribuiu para ampliar a discussão teórica sobre o trabalho em organizações de economia criativa, posto que este tema ainda seja pouco explorado na área de Estudos Organizacionais no país. Por mais que o conceito venha adquirindo notoriedade, a literatura que contextualiza o assunto no Brasil ainda é incipiente. Mesmo que o tema tenha atingido interesses públicos, principalmente em termos culturais, a dimensão acadêmica do tema ainda continua mínima. Então, desenvolveu-se esta questão com diferentes autores brasileiros dentro da área de Administração no Brasil.

Com relação à dimensão prática, espera-se que este estudo colabore para um entendimento de novas formas de gestão às organizações de economia criativa e, conseqüentemente, seja capaz de possibilitar novas práticas de trabalho no ambiente laboral desse tipo de organização. Com a melhoria nos níveis de emprego e maior estabilidade, estima-se que os consumidores passem a investir e demandar mais serviços diferenciados, como espetáculos, moda e estética, gerando amplas oportunidades de inovação e diferenciação para empresas e empreendedores. Dessa forma, aplicar serviços das indústrias criativas torna-se um fator relevante para as empresas manterem seus níveis de competitividade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O setor de economia criativa

Vive-se na era da economia de serviços, de produção e geração de renda, riquezas, empregos e tributos a partir da produção de bens intangíveis. O setor de serviços já detém a maior participação no PIB dos países desenvolvidos e em muitos dos países em desenvolvimento, sendo o setor que atualmente, mais emprega mão de obra (STEFFEN, 2013). Os serviços, para o autor, representam hoje mais de 56% da economia brasileira, ou seja, mais da metade da produção e dos empregos brasileiros provém de serviços.

A aceleração de transformações de valores sociais e culturais oriunda da década de 1990, surge da combinação de dois fenômenos que ocorrem ao mesmo tempo: a emergência da sociedade do conhecimento, localizada no setor de serviços e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas (BENDASSOLLI, 2009). Na modernidade mais recente, com a estabilidade econômica, o crescimento da economia, o aumento no nível de criação e a manutenção de empregos, começa a surgir e a ganhar destaque e relevância um novo tipo de indústria de serviços, a chamada indústria criativa. Conforme Steffen (2013), na indústria criativa a produção é focada em bens com alto grau de inovação e de grande valor agregado.

É nesse cenário de amplitude que está incluída a economia criativa. Tal economia é um assunto muito discutido atualmente, porém sua definição é diversificada, tendo em vista a complexidade do tema, variando em razão do lugar e do ponto de vista do autor que a escreve (MACHADO, 2009). Isso ocorre porque, segundo a autora, a economia criativa sofreu contribuições conceituais de países como Reino Unido e Austrália, que perceberam a importância deste segmento no crescimento econômico de seus governos e, portanto, tornaram-se paradigmas para outros países como Líbano, Cingapura e países da América Latina.

A economia criativa, ou economia da cultura, tem como matéria-prima a criatividade, abrangendo atividades relacionadas à *design*, moda, arquitetura, artes, produção cultural, cinema, turismo, mídia entre outros (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). A crescente importância da cadeia da economia criativa nas últimas décadas motivou o aumento do interesse pela área. Entretanto, Howkins (2001) aparece como o autor que deu forma à economia criativa, ao vendê-la como uma maneira das pessoas transformarem ideias em dinheiro. Além disso, há pesquisas patrocinadas por governos e organismos multilaterais, como a da Unesco (2010), que representa um marco ao delimitar o que é e qual a importância da economia criativa nos tempos atuais (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011).

Logo, este estudo pretende discutir nos próximos itens os diferentes conceitos, não apenas de economia criativa, como também conceitos correlatos que são indispensáveis para sua compreensão e, especificamente, sua importância no cenário brasileiro. A discussão de conceitos dado por diferentes autores sobre este mesmo tema busca aqui, neste estudo, compreender sua evolução.

Logo, a seguir, a próxima subseção tem como objetivo discutir sobre tal evolução do conceito.

2.1.1 Da indústria cultural à economia criativa

A noção de economia criativa é relativamente recente. Este é um conceito ainda em formação sem um consenso formado na literatura. Além disso, segundo Reis e Deheinselin (2008), diversos outros termos podem ser confundidos ou complementam de alguma forma o

conceito de economia criativa, como economia do conhecimento; economia da experiência; economia da cultura; indústria cultural; e indústria criativa.

Especificamente, o termo indústria cultural tem sofrido diversas transformações desde o início dos anos de 1980. A indústria cultural, para Hesmondhalgh (2007), ganhou importância em diversos países do mundo. Essa indústria não pode ser mais vista como sendo secundária em relação à economia tradicional, onde os bens duráveis são fabricados. As companhias pertencentes a essa indústria, de acordo com Jäger (2014), têm se transformado e mudado radicalmente ao longo desses anos, com especialização em segmentos bem específicos do setor, tais como cinema, publicidade, televisão e gravadoras.

É dentro desse movimento mais amplo, que é possível compreender a categoria economia criativa ou economia da cultura. De acordo com Machado (2009), pode-se dizer que a tendência em substituir o termo indústria cultural por esses dois parece apontar para duas preocupações por parte dos adeptos dessas categorias: a) afastar a dimensão negativa e crítica encerrada no conceito analítico de indústria cultural, tal como desenvolvido pela Escola de Frankfurt¹; b) a necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito de indústria cultural.

Ademais, Adorno e Horkheimer (1985)² examinam que a indústria cultural não se trata de cultura feita pela massa para seu próprio consumo, porém de um ramo de atividade econômica, industrialmente organizado nos padrões dos conglomerados da fase monopolista do capitalismo. A consequência disso, como critica Silva (2002), é que a indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente.

Já a economia da cultura, para Reis (2008), abrange as indústrias culturais, partindo da definição de que estas carregam conteúdos potencialmente culturais e concretizam seu valor econômico no mercado. Porém, a economia da cultura, segundo a autora, certamente não se limita a elas, compreendendo complementarmente atividades que não integram as indústrias culturais, como artesanato, turismo cultural, festas e tradições, patrimônio tangível e intangível e afins.

O termo indústrias criativas teve sua origem em um trabalho realizado pelo Departamento de Comunicação e Artes do governo australiano, em 1994. O trabalho intitulado como *Creative nation: Commonwealth cultural policy* tinha como objetivo desenvolver uma política voltada para cultura naquele país (JÄGER, 2014). Já nesse trabalho, ainda segundo o autor, a política cultural foi considerada de grande importância para a política econômica, pois, a cultura cria riqueza, gera empregos e agrega valor. Além disso, a criatividade já era considerada como determinante para a adaptação do país aos novos desafios econômicos, sendo assim, considerada essencial para o desenvolvimento econômico.

Voltando para a categoria de economia criativa, o marco principal desta aconteceu em 1994, quando o primeiro ministro da Austrália, Paul Keaton, fez um discurso em que convidou a população a aproveitar as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais (BACH, 2013). Foi o primeiro Governo a dar atenção para esse novo segmento, conforme afirma Miguez (2007), desenvolvendo o conceito de *Creative Nation* como base de

¹ Como afirma Freitag (2004), a Escola de Frankfurt refere-se a um grupo de intelectuais e a uma teoria social. Com esse termo, a autora explica que se procurou designar a institucionalização dos trabalhos de um grupo de intelectuais marxistas, não ortodoxos, que na década dos anos 20 permaneceram à margem de um marxismo-leninismo clássico, seja em sua versão teórico-ideológica, seja em sua linha militante e partidária.

² Um dos intelectuais que compuseram essa Escola foi o autor Horkheimer, criador da expressão teoria crítica. Essa teoria pretende ser construtiva e com princípios emancipatórios, isto é, ideais libertadores, a fim de que o indivíduo seja capaz de pensar criticamente a respeito da manipulação que sofre devido às ações coercitivas que são realizadas pelo sistema.

uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país.

O conceito de economia criativa refere-se a um conjunto de atividades que dependem do conteúdo simbólico, o qual nele está incluído a criatividade, como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, que favorece potencialmente a geração de riqueza e desenvolvimento econômico. Consequentemente pode favorecer ganhos de geração de renda, criação de emprego e exportação, promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Observam-se também os aspectos econômicos, culturais e sociais que integram a tecnologia e a propriedade intelectual (UNCTAD, 2010).

Por fim, a matéria-prima da economia criativa está no conceito de criatividade construído ao longo das décadas, como asseveram Costa e Souza-Santos (2011). Segundo a Unesco (2010), a criatividade, fundada em várias dimensões do fenômeno e baseada na concepção individual de ideias geradas, pode ser modificada quando nasce da articulação entre as diferentes criatividades: científica, tecnológica, cultural e econômica. De acordo com Howkins (2001), a criatividade não é monopólio dos artistas, mas está presente nos cientistas, empresários, economistas, entre outros, pois eles têm a capacidade de criar algo novo, original, pessoal, significativo e real.

A seguir, a próxima subseção abordará sobre o setor de economia criativa sendo considerado um fenômeno contemporâneo.

2.1.2 Economia criativa: um fenômeno contemporâneo

A categoria de economia criativa pode ser considerada como um conjunto de atividades, bens ou serviços culturais que possuem natureza tanto econômica quanto cultural. Assim, os setores criativos são as atividades produtivas que apresentam como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento este base da formação do preço, e que resultará na produção de riqueza cultural e econômica. Tal conjunto de atividades, bens ou serviços culturais apresenta como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico. Nesse sentido, o valor do bem criativo se encontra na capacidade humana de inventar, de imaginar, de criar, seja de forma individual ou coletiva (UNCTAD, 2010).

A categoria, portanto, abrange mais que apenas setores tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural, como, por exemplo, música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema. No entanto, também compreende outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, a indústria de conteúdos, do *design* à arquitetura, entre outros (UNCTAD, 2010).

Por conseguinte, Bendassoli (2009) pondera que nas atividades centrais da economia criativa, são reconhecidas características marcantes em relação às demais indústrias tradicionais, tais como: a criatividade como elemento central e principal insumo e a valorização da arte pela arte. Por fim, as atividades econômicas são desenvolvidas a partir da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual, como asseguram Costa e Souza-Santos (2011). Caracteriza-se não somente como um ativo cultural, produto ou serviço comercializável, mas incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.

A seguir, é nessa corrente de pensamento que a próxima subseção visa explicar a economia criativa como diferencial para as organizações.

2.1.3 A Economia criativa como diferencial para as organizações

A Unesco (2010) coloca a economia criativa como forma de impulsionar o crescimento econômico e representar uma alternativa para o desenvolvimento, especialmente por ter como base a criatividade e poder utilizar características culturais e sociais de cada país/região, como vantagens no desenvolvimento e produção de bens e serviços únicos competitivos. Em termos genéricos, alguns fatores podem ser encontrados na economia criativa:

i) da criação de empregos, exportação, promoção e inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; ii) do entrelaçamento entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos; iii) de um sistema econômico baseado no conhecimento desenvolvendo a dimensão e através da interligação entre elementos macro e micro da economia; e iv) do desenvolvimento da inovação através de políticas multidisciplinares. Ao mesmo tempo, políticas de apoio por parte do governo se tornam importantes para viabilizar os negócios criativos, pois representam grande crescimento ao longo do tempo. (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011, p. 4).

Entre os países com maior atuação no setor de economia e indústrias criativas, estão China, Estados Unidos e Alemanha (STEFFEN, 2013). O Brasil, apesar de crescer a ponto de se tornar a quinta maior economia do mundo, não consta sequer entre os vinte maiores produtores em economia criativa no mundo. Uma das possíveis formas de mudar esse quadro, conforme assegura Steffen, (2013) é através de incubadoras empresariais, que com apoio estrutural e formação gerencial, permite aos empreendedores em economia criativa desenvolverem com maior segurança seus modelos de negócios.

Portanto, é possível observar a ocorrência de uma transição de uma economia cada vez menos concentrada no tradicional modelo industrial, fordista, de produção em massa de bens tangíveis, para uma economia mais ligada à geração criativa de ideias, ou seja, de bens intangíveis. Desse modo, faz-se necessário haver uma discussão teórica acerca desse assunto.

A seguir, a próxima seção versará sobre o mundo do trabalho e suas transformações na contemporaneidade.

2.2 O mundo do trabalho e suas transformações na contemporaneidade

No universo do mundo do trabalho no capitalismo contemporâneo, houve uma diminuição da classe operária industrial tradicional (ANTUNES, 2015). Efetivou-se uma expressiva expansão do trabalho assalariado, a partir da enorme ampliação do assalariamento no setor de serviços. Para o autor, verificou-se uma significativa heterogeneização do trabalho, expressa também através da crescente incorporação do contingente feminino no mundo operário. Além disso, segundo Antunes (2015), vivencia-se também uma subproletarização intensificada, presente na expansão do trabalho parcial, temporário, subcontratado, terceirizado, o qual marca a sociedade dual do capitalismo avançado.

A categoria trabalho foi e vem sendo alvo de diversos estudos das ciências sociais, políticas e econômicas que buscavam compreender a sociedade por meio das relações do trabalho e do capital. O trabalho, conforme ponderam para Batista-dos-Santos et al. (2014), constitui tema de cunho multidisciplinar, interesse que é de áreas diversas como sociologia, psicologia, educação, engenharia de produção e administração.

Contudo, Noronha e Barbosa (2016) apontam que nos dias de hoje parece existir uma penumbra do mundo do trabalho nos Estudos Organizacionais. Provavelmente, conforme as autoras, pela importância que esse tema já teve nas décadas anteriores, os estudos sobre trabalho estão cada vez mais escassos ou, então, saturados.

A contemporaneidade tem sido descrita como tempo de intensas e rápidas mudanças, de processos de rupturas, descontinuidades e incertezas, configurando, numa perspectiva sociológica, o que Bauman (2001) chama de modernidade líquida ou fluida, que, desde o ponto de vista econômico, é narrada como tempos de capitalismo flexível (BATISTA-DOS-SANTOS, 2014). Entende-se aqui que as formas como os trabalhadores concebem e conceituam o trabalho e se estabelecem em suas relações de trabalho guardam relação com as mudanças em curso.

A seguir, a próxima subseção versará sobre as mudanças no mundo trabalho.

2.2.1 Mudanças no mundo do trabalho

As últimas décadas do século XX contemplaram diversas mudanças na sociedade de maneira geral, impactando diretamente no contexto produtivo e nas relações dos indivíduos submetidos a esse contexto (COUTINHO, 2009). Da mesma forma, Lima (2014) entende que as alterações nas maneiras de se produzir, organizar e controlar despontaram para novas configurações de trabalho. Ainda segundo os autores, o mundo do trabalho submeteu-se a uma série de readaptações visando à promoção de maior eficiência e controle, além de técnicas, de gestão; flexibilização; prêmios; metas; capacitação; em decorrência da expansão capitalista. Desse modo, Coutinho (2009) defende que essas mudanças associadas ao trabalho contemporâneo reafirmam a relevância do desenvolvimento de pesquisas sobre os sujeitos envolvidos nesse universo.

Antunes (2008) também discute sobre a relação organização *versus* indivíduo quando afirma que a trajetória das transformações do mundo do trabalho relaciona-se com as mudanças no processo de produção e de trabalho. Discute também essa transformação levantada por outro estudo de Antunes (2011), que complementa relatando que tais transformações afetaram a divisão de trabalho, as relações no interior das organizações e o mercado de trabalho. Este processo complexo entre trabalho e ciência produtiva impõe a necessidade de uma força de trabalho ainda mais complexa, multifuncional.

São, portanto, essas mudanças que caracterizam a classe trabalhadora brasileira como heterogênea e multifacetada. Além do fracionamento entre os trabalhadores estáveis e precários, de gênero, dos cortes geracionais entre jovens e idosos, nacionais e imigrantes, brancos e negros, qualificados e desqualificados, empregados e desempregados, há ainda as estratificações e fragmentações que se acentuam em função do processo crescente de internacionalização do capital, de acordo com Antunes (2008) e Sato (2013).

Para compreender a classe trabalhadora é preciso, então, segundo Antunes (2008), partir de uma concepção ampliada de trabalho, abarcando a totalidade dos assalariados, homens e mulheres que vivem da venda da sua força de trabalho, sem restrição aos trabalhadores manuais diretos. Conforme Antunes (2008), deve-se incorporar a totalidade do trabalho social e coletivo, que vende sua força de trabalho como mercadoria, seja ela material ou imaterial, em troca de salário. Por fim, também necessita incluir o enorme contingente restante de força de trabalho que não encontra emprego, mas que se reconhece enquanto parte da classe trabalhadora desempregada (ANTUNES, 2008).

Por conseguinte, Antunes (2014) vem buscando compreender o que vem denominando como a nova polissemia do trabalho, a sua nova morfologia, isto é, sua forma de ser, cujo elemento mais visível é o seu desenho multifacetado, resultado das fortes mutações que abalaram o mundo produtivo do capital nas últimas décadas. A nova morfologia que compreende desde o operariado industrial e rural clássicos, em processo de encolhimento, até os assalariados de serviços, os novos contingentes de homens e mulheres terceirizados, subcontratados, temporários que se ampliam. Presenciam-se, assim, conforme assevera Antunes (2008), as transformações estruturais na forma de organizar e gerir o trabalho.

Impactado fortemente por tal contexto, o mundo do trabalho assistiu a profundas transformações em sua configuração. Novas formas de organização do trabalho que se traduzem em novas relações de trabalho entre os indivíduos e as organizações.

Castells (2009) relata que o fim do segundo milênio trouxe acontecimentos importantes como (a) a revolução tecnológica concentrada na tecnologia da informação, (b) a descentralização das empresas, (c) a menor influência dos movimentos dos trabalhadores, (d) a individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho, (e) a incorporação maciça das mulheres na força de trabalho remunerada, geralmente em condições discriminatórias e (f) o aumento da concorrência global em um contexto de progressiva diferenciação dos cenários geográficos para acumulação e gestão de capital. Nesse contexto, as organizações modernas atuam como disseminadoras de novos modelos de produção e de processo de trabalho e se utilizam de padrões de cerceamento para a implementação e manutenção das estruturas vigentes.

Numa abordagem crítica, Antunes (2009) discute sobre as importantes mudanças ocorridas no mundo do trabalho. Novos processos de trabalho, segundo o autor, emergem como a flexibilização da produção, pela especialização flexível, por novos padrões de busca de produtividade.

[...] intensificam-se as formas de extração de trabalho, ampliam-se as terceirizações, metamorfoseiam-se as noções de tempo e de espaço também e tudo isso muda muito o modo como o capital produz as mercadorias, [...]. Uma empresa concentrada pode ser substituída por várias pequenas unidades interligadas em rede, com número muito mais reduzido de trabalhadores e produção bem maior. (ANTUNES, 2009, p. 249).

Antunes (2009) também discute sobre a relação organização *versus* indivíduo quando afirma que a trajetória das transformações do mundo do trabalho relaciona-se com as mudanças no processo de produção e de trabalho. Essa discussão também foi levantada por Braverman (2011), acerca do trabalho taylorista-fordista, e que Antunes (2009) complementa relatando que tais transformações afetaram a divisão de trabalho, as relações no interior das organizações e o mercado de trabalho. Esse processo complexo entre trabalho e ciência produtiva impõe a necessidade de uma força de trabalho ainda mais complexa, multifuncional.

Sobre o desencadeamento desses cenários dentro do contexto brasileiro, Pochmann (2001) relata que a defasagem ao acesso às inovações tecnológicas e à difusão de novas formas de gestão da produção e organização do trabalho, refletiu na ausência de grandes transformações produtivas na década de 1980. Contudo, a partir de 1990, as empresas tiveram que se adaptar a um novo cenário econômico mais estável realizando investimentos direcionados à absorção de avanços tecnológicos e difundindo o uso de programas de gestão da produção e de reorganização do trabalho com forte influência *toyotista* por meio de processos de desverticalização da produção e de terceirização de mão de obra. Para o autor, o trabalho nos anos pós-1990, no Brasil, evidenciou que a incorporação de novos programas de gestão da produção e de organização do trabalho pode ser encontrada em quase todos os segmentos. Porém, os acessos aos novos pacotes tecnológicos continuavam concentrados nas grandes empresas nacionais e transnacionais.

Siqueira (2006) também faz referência a esse período quando evidencia, na virada para os anos de 1990, os ajustes estruturais nos âmbitos econômicos, político e sociais no país que se caracterizaram por racionalização da participação do Estado na economia, abertura as economias, a fim de lograr maior grau de competitividade, desregulamentação dos mercados, flexibilização dos direitos trabalhistas.

Esta seção da pesquisa teve como intuito ponderar a discussão sobre como essas questões deram suporte à reorganização do trabalho frente às novas configurações sociais, políticas, tecnológicas, econômicas e organizacionais do mundo contemporâneo. Além disso, ressalta-se que, como asseguram Antunes e Alves (2004), é uma tentativa de adequação aos novos padrões na busca de produtividade, por novas formas de produção à lógica do mercado.

A seguir, a próxima subseção abordará acerca da organização do trabalho na sociedade contemporânea e tecnologia.

2.2.2 Organização do trabalho na sociedade contemporânea e tecnologia

No século XX diversas transformações acarretaram em mudanças nos segmentos da sociedade e das organizações. É a partir do século XVIII que ocorre a troca do modelo artesanal pelo modelo industrial de produção. Com isso, reformas sociais e econômicas se propagaram e foram reforçadas no século XX. Castells (2009) observa que a causa principal das mudanças que ocorreram com as organizações é devido à globalização da economia e abertura dos mercados, ocasionando na concorrência acirrada dos produtos/serviços e preços na década de 1990.

Um outro fator que compôs o cenário da globalização foi a internet. Para Castells (2009), a internet possibilitou o comércio eletrônico e a formação de redes digitais complexas, que conectam e administram de forma integrada os processos de diferentes organizações. Por isso, torna-se imprescindível ressaltar o papel da tecnologia da informação no processo de trabalho, pois para integrar uma organização global que está difundida em diversas partes do mundo é necessário haver conexão dessa com as demais empresas, criando um modelo de produção integrado entre elas.

A tecnologia da informação, segundo Castells (2009), vem possibilitando diversas vantagens para as empresas, como rapidez no processamento da informação, automatização da tomada de decisões e desaparecimento da distância devido às transações ocorrerem no espaço virtual. Contudo, também é preciso referenciar a relevância do fenômeno da globalização com relação à atuação das empresas. Para Castells (2009), a globalização é uma das mudanças que mais tem afetado a forma como as empresas realizam transações comerciais. Desse modo, são observados fluxos de ideias, informações, pessoas, capital e produtos que ultrapassam as fronteiras nacionais.

Abordando ainda sobre tecnologia, destaca-se que a revolução econômica e tecnológica acarretou em um ambiente competitivo com relação às organizações que estão presentes na Era Informacional – era atual (CASTELLS, 2009). Além disso, a internet vem possibilitando um conhecimento mais profundo sobre o produto e/ou serviço, aumentando a competitividade entre as empresas.

Dessa forma, alguns elementos são levados em consideração, como tempo, espaço e comunicação, pois os avanços tecnológicos contribuíram para algumas reflexões desses fatores (CASTELLS, 2009). A valorização do tempo, a descoberta da comercialização por via eletrônica e o espaço deixando de ser importante para realização de atividades em grupo colaboraram para mudanças na forma como as empresas competem no ambiente mercadológico. Assim, as organizações passam a ter maior flexibilidade e agilidade na hora da comercialização.

Por fim, em relação ao mundo do trabalho, nada indica que o processo de transformações iniciado tenha chegado à maturidade. No atual ambiente de mudanças, a informação passa a ser vital. Entende-se que serão as organizações baseadas em informação e conhecimento que exercerão influência na economia mundial. No entanto, a estrutura das organizações e o perfil dos profissionais deverão mudar para se adaptar a essa nova ordem. É dentro desse contexto que a qualificação profissional tem surgido no cenário contemporâneo

como um elemento relevante na composição dos fatores que regerão a competitividade dos países, das organizações e dos indivíduos.

Bernardo (2006) afirma que os principais fatores alegados para a recente reestruturação da produção são semelhantes às principais características do novo espírito do capitalismo. Sendo eles, i) a incorporação de novas tecnologias nos processos produtivos, propiciada pelo desenvolvimento da microeletrônica nas últimas décadas; ii) as transformações nas relações comerciais no mundo globalizado.

A primeira afirmação, de acordo com Bernardo (2006), é que argumentos mais sofisticados teriam ampliado substancialmente a capacidade de produção das empresas, seja no aspecto quantitativo, seja no qualitativo, proporcionando a fabricação de uma ampla variedade de produtos. Já com relação ao trabalho propriamente dito, novos equipamentos estariam substituindo muitos postos de trabalho típicos do taylorismo-fordismo e as tecnologias, principalmente aquelas fundamentadas na microeletrônica, estariam exigindo trabalhadores com um nível maior de competência para controlar processos e assumir responsabilidades (BERNARDO, 2006).

Com relação à segunda afirmação, a globalização fez com que grandes empresas buscassem novos mercados para seus produtos, tornando a competição comercial no nível internacional extremamente acirrada e aumentando a exigência por qualidade e variedade ao invés dos produtos padronizados fabricados em série e em grande escala, característica essa do taylorismo-fordismo (BERNARDO, 2006). Este fato, conforme a autora obrigou o capitalismo a se reorganizar, fazendo com que empresas de diversos setores tivessem de buscar modos de produção capazes de gerar uma gama maior de produtos, em quantidades menores e com suficiente rapidez para atender às necessidades dos consumidores na medida da sua demanda.

Nota-se que a categoria trabalho consiste nas atividades realizadas pelo homem, que está inserido na contemporaneidade a uma lógica de produção capitalista. Nesse sentido a lógica de produção do capitalismo globalizado junto ao investimento demasiado em tecnologia fez com que as organizações de alguns setores priorizassem a automação de seus processos, contratando cada vez mais o menor número de funcionários possível. Ou seja, essas organizações investem em atividades de capital intensivo com poucos trabalhadores qualificados (LIMA, 2004). Pagès et al (2008) relatam que as transformações das formas de se produzir estão fortemente relacionadas com o poder das organizações hipermodernas.

Nascimento (2012) entende que entre os efeitos gerados pela globalização econômica no mundo do trabalho estão: a migração de indústrias dos países desenvolvidos para os emergentes; a descentralização das atividades da empresa (terceirização) por meio de subcontratações; e a informalização do trabalho. Completando a ideia anterior Standing (2013, p. 22), relata que “na medida em que ocorria a globalização os governos e corporações se perseguiram mutuamente para tornar suas relações trabalhistas mais flexíveis”.

A seguir, a próxima subseção versará sobre as características do trabalho na atualidade.

2.2.3 Características do trabalho na atualidade

As mudanças no mundo do trabalho demandam profissionais cada vez mais bem preparados, e se fala de um novo trabalhador, mais participativo, polivalente e mais escolarizado, com capacidade para desenvolver novas habilidades e descobrir capacidades potenciais, de acordo com as mudanças na realidade externa (BATISTA-DOS-SANTOS et al., 2014). Contudo, as qualificações necessárias em uma economia flexível são de um novo tipo, baseadas em aptidões portáteis, como saber ouvir, trabalhar em equipe, ser criativo, participativo e estar aberto a novas experiências, além de estar pronto para assumir riscos

(BATISTA-DOS-SANTOS et al., 2014). Certamente, essa nova perspectiva traz implicações no tocante às concepções de trabalho e às relações que se estabelecem, no cotidiano, na vida do sujeito que trabalha.

A adesão dos trabalhadores à lógica da flexibilização produtiva, que passa a nortear a organização do trabalho dentro das empresas, parece ocorrer com uma abdicação relativamente consciente de um possível projeto de classe, mas não com a abdicação de uma busca por emancipação do indivíduo, como assevera Barbosa (2011). Antunes (2003) afirma que, para se compreender a nova forma de ser do trabalho, isto é, a atual classe trabalhadora, é preciso partir de uma concepção ampliada de trabalho. Ela compreende a totalidade dos assalariados, homens e mulheres que vivem da venda da sua força de trabalho, não se restringindo aos trabalhadores manuais diretos (ANTUNES, 2003). Incorpora também a totalidade do trabalho social, a totalidade do trabalho coletivo que vende sua força de trabalho como mercadoria em troca de salário.

De acordo com Antunes (2003, p. 236) acerca da classe trabalhadora:

A classe trabalhadora atual também engloba o proletariado rural, que vende sua força de trabalho para o capital, de que são exemplos os assalariados das regiões agro-industriais. Incorpora também o proletariado precarizado, o proletariado moderno, *part-time*, fabril e de serviços, que se caracteriza pelo vínculo de trabalho temporário e pelo trabalho precarizado, em expansão na totalidade do mundo produtivo. Inclui, ainda, em nosso entendimento, a totalidade dos trabalhadores desempregados.

Ainda conforme as ponderações de Antunes (2003, p. 236), o autor explica em seu estudo que não fazem parte da classe trabalhadora moderna “os gestores do capital, devido ao papel central que exercem no controle, na gestão e no sistema de mando do capital”. Também estão descartados os pequenos empresários e a pequena burguesia urbana e rural, proprietária e detentora, ainda que em pequena escala, dos meios de sua produção. Por fim, de acordo também com Antunes (2003), estão excluídos aqueles que vivem de juros e da especulação.

Logo, compreender de modo amplificado a atual classe trabalhadora implica entender esse conjunto de seres sociais que vivem da venda da sua força de trabalho, que são assalariados e desprovidos dos meios de produção (ANTUNES, 2003). Como todo trabalho produtivo é assalariado, mas nem todo trabalhador assalariado é produtivo, uma noção contemporânea de classe trabalhadora deve incorporar a totalidade dos trabalhadores assalariados (ANTUNES, 2008).

Por fim, outra visão sobre a atual classe trabalhadora é defendida por Barbosa (2011), no que tange o mundo do trabalho, a partir das necessidades que os trabalhadores passam a ter de adaptarem-se e de superar rapidamente as inovações técnico-organizacionais impostas pela lógica da flexibilização produtiva. Esta, por sua vez, lhes exige um nível mais elevado de responsabilização no processo produtivo e um maior envolvimento com a cultura organizacional da empresa (BARBOSA, 2011).

Quando se considera a disseminação do discurso de responsabilização dos indivíduos pela sua condição de empregabilidade, fica evidente, segundo Barbosa (2011) que o discurso se personifica na figura do empreendedor de si mesmo. A crítica que o autor realiza, baseado no enunciado de empreender, refere-se às propagações desses discursos que não objetivam apenas a tentativa de constituir um novo tipo de trabalhador, mas acima de tudo um novo tipo humano, o qual é mais afeito e adequado aos riscos característicos de uma economia global sujeita às instabilidades dos mercados financeiros e à insegurança social e ontológica, provenientes de uma situação de precarização de direitos sociais vinculadas à condição de assalariamento e de uma redução ao status de cidadania quase que exclusivamente à capacidade de tornarem-se consumidores.

Portanto, evidencia-se que as mudanças no caráter do trabalho tiveram como consequências modificações do padrão tecnológico, variações do padrão organizacional, nível de conhecimento circulante, flexibilização e precarização do trabalho e diminuição do emprego na forma como era conhecido anteriormente. Considera-se, então, a visão de que a atual classe trabalhadora passa a ter de adaptar-se e de superar rapidamente as inovações técnico-organizacionais impostas pela lógica da flexibilização produtiva. Esta, por sua vez, lhes exige um nível mais elevado de responsabilização no processo produtivo pautado na ótica de ser o empreendedor de si mesmo.

Bernardo (2006) pondera que ao contrário do discurso hegemônico, há muitos autores, sobretudo na área de Ciências Sociais, que mostram que tal modelo não visa a melhorar as condições de trabalho e, sim, aprimorar a utilização da força de trabalho de forma a adequá-la às características atuais do capitalismo globalizado. Esse cenário parece ser facilitado pelos altos níveis de desemprego que conferem um grande poder às empresas nas relações de trabalho (STANDING, 2013). Observa-se, no entanto, que talvez uma das maiores inovações esteja na forma como se dá a administração desse poder. Ela ainda inclui mecanismos disciplinares típicos do taylorismo, como a definição de tempos e métodos, mas acrescenta-lhes dispositivos de controle mais sofisticados, tais como a avaliação individual e o controle entre colegas de trabalho, que não visam mais na moldagem do trabalhador, mas sua modulação de modo a obter trabalhadores flexíveis que coloquem em sua inteligência e sua criatividade à disposição da família empresa (BERNARDO, 2006).

A flexibilidade tornou-se, assim, a principal característica dessa fase de reestruturação produtiva. Trata-se de uma noção polissêmica, que pode referir-se a diversos aspectos de uma empresa, desde estratégias de mercado até a gestão de pessoal. Desse modo, nas últimas décadas, tem sido comum aparecerem expressões como: organização flexível, especialização flexível, sistema flexível (BERNARDO, 2006).

Tais mudanças no contexto mais amplo têm consequências diretas sobre as formas de organização do trabalho dentro das empresas. Assim, a garantia de um lugar no mercado passa a ser associada diretamente à ideia de flexibilidade (NORONHA; BARBOSA, 2016).

O discurso empresarial também proclama uma mudança que visa apenas as relações entre capital e trabalho permaneçam como sempre foram. Observa-se, então, que é tão propalada flexibilidade está presente de forma muito mais marcante no discurso do que nas situações de trabalho. Trata-se de um discurso flexível que visa a negar a dura realidade imposta aos trabalhadores (NORONHA; BARBOSA, 2016).

Com relação à grande distância observada entre os relatos de trabalhadores, a respeito do seu cotidiano e o discurso otimista, predominante na imprensa e em publicações de gestão de empresas, o qual enfatiza que, nos dias de hoje, o trabalho estaria se tornando mais humanizado (BERNARDO, 2006). Patias, Belato e Olea (2008) observam que a concepção central que permeia as ideias divulgadas é a da flexibilidade propiciada por novas formas de organização inspiradas no chamado modelo japonês ou toyotismo. Afirma-se que a flexibilização do trabalho estaria superando a rigidez do taylorismo-fordismo, possibilitando que o trabalhador deixe de ser apenas mais um recurso (PATIAS; BELATO; OLEA, 2008).

Martins (2009), afirma que a globalização econômica resultou ainda na flexibilização do trabalho, que foi influenciada pelo desemprego, avanços tecnológicos, encargos sociais, aspectos culturais, economia informal e os novos aspectos sociológicos. Standing (2013) trata a classe dos trabalhadores precariados como filha da globalização e relata que a flexibilidade no trabalho passou a possuir muitas dimensões, tais como: a flexibilidade salarial; a flexibilidade de vínculo empregatício; flexibilidade do emprego; e flexibilidade de habilidade. O autor relata ainda que o trabalho flexível culminou também em um grande crescimento da desigualdade social.

Standing (2013) menciona que essa flexibilização do trabalho corroborou com a precarização do trabalho e com a precarização do trabalhador, dando origem a uma classe em formação denominada de “precariado”³. Corroborando com Standig (2013), Scocuglia (2010), expõe que além da precarização do trabalho, a flexibilização fez com que ocorresse um aumento no nível de pessoas em trabalhos tidos como subempregos e na contratação em trabalhos temporários. Completando as ideias anteriores Banerjee e Linstead (2001), relatam que a flexibilização fez o mercado produzir oportunidades limitadas de empregos alternativos conduzindo assim as pessoas para dentro de determinadas profissões, como a prostituição e oficinas de trabalho braçal.

A seguir, a próxima seção abordará acerca das características do trabalho realizado em organizações de economia criativa.

2.3 O trabalho em organizações de economia criativa

Na atualidade são abordados na mídia e no meio acadêmico conceitos de criatividade e inovação. Essas questões estão sendo repercutidas e ganhando mais espaço nas pesquisas. Ser criativo para solucionar problemas, trabalhar, gerir pessoas e organizações está sendo fundamental no cotidiano das organizações. Desse modo, é preciso entender o que vem a ser economia criativa e em que contexto ela se enquadra.

A economia criativa é um termo elaborado para denominar modelos de negócio ou gestão baseados na comercialização de bens e serviços desenvolvidos a partir da criatividade e conhecimento (MIGUEZ, 2007). Esses elementos são prioritariamente agregados, simbólicos. A criatividade se torna a chave para a promoção de um novo desenvolvimento, socialmente inclusivo, ecologicamente sustentável e economicamente sustentado, uma vez que se propõe fomentar diferentes setores produtivos que possuem como denominador comum a capacidade de gerar inovação a partir de um saber local, agregar valor simbólico a bens e serviços, além de gerar e explorar direitos de propriedade intelectual com vistas à geração de trabalho e renda (REIS, 2008).

Apesar da projeção do conceito e provimento do assunto, no que tange à economia criativa, a literatura que contextualiza o assunto no Brasil ainda é incipiente. Mesmo que o tema tenha atingido interesses públicos, principalmente em termos culturais, a dimensão acadêmica do tema ainda continua mínima, quiçá as relações de trabalho que ocorrem neste setor. Desse modo, este estudo busca ampliar a abordagem sobre o trabalho em organizações de economia criativa, posto que esse tema ainda seja pouco explorado na área de Estudos Organizacionais no país.

Por conseguinte, espere-se compreender qual é o tipo de trabalho dominante no setor de economia criativa e quais contradições existem no setor. Observa-se a predominância de trabalho informal, além de ser observada a precarização do trabalho exercido pelo profissional por trás do discurso de criatividade e flexibilidade. A próxima subseção abordará sobre como é configurado o trabalho na categoria de economia criativa.

2.3.1 Configuração do trabalho no setor de economia criativa

A emergência da sociedade do conhecimento, ou sociedade da informação, está relacionada com a passagem da sociedade industrial para a sociedade pós-industrial. Tal passagem se dá pela mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho e orientada para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base

³ Esse conceito poderia ser descrito como um neologismo que combina o adjetivo “precário” e o substantivo relacionado ao “proletariado” (STANDING, 2013).

intelectual, fundamentando-se no indivíduo, em seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos.

Na contemporaneidade, passa a ser central a ideia de que todo indivíduo tem a própria parcela criativa e que é preciso cultivá-la para buscar desenvolvimento pessoal e social. Isso ocorre, visto que, nos últimos anos, a criatividade se tornou a força motriz da economia. Como indicador dessa mudança, aponta-se a manifestação do setor criativo, o qual engloba atividades como as de arquitetura, propaganda publicação, design, moda, pintura, música, entretenimento (FIRJAN, 2014). No entanto, a base da sociedade continua sendo o capitalismo, conforme Antunes (2014).

A economia criativa é pautada em bens e serviços, fundamentada em símbolos e imagens, além de sustentar-se na habilidade que o capital humano presente nessa economia possui, conforme afirma Miguez (2007). Essa economia se convencionou em expressões humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades. A primeira seria a do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas. Já a segunda, pautada na forma de atividades criativas com viés de mercado, como design e publicidade.

A economia criativa está desencadeando mudanças na trajetória das organizações, uma vez que, a tecnologia e a inovação, segundo Bach (2013), estão substituindo abordagens obsoletas de gestão e promovendo a solução de deficiências de mercado quanto à formulação de produtos e serviços. A classe trabalhadora, do século atual, conforme Antunes e Alves (2004), também sofre transformações e está cada vez mais fragmentada, heterogênea e diversificada.

No que tange às organizações, uma organização não é criativa apenas por operar na indústria criativa. Uma organização burocrática e conservadora, isto é, que se opõe às mudanças, pode atuar no ramo do entretenimento, embora isso não a torne necessariamente criativa. O trabalho na área criativa, portanto, está relacionado aos padrões culturais, relacionais e estruturais desenvolvidos em suas dependências e, neste caso, a convergência entre os padrões administrativos organizacionais e a personalidade do indivíduo criativo pode vir a potencializar o uso da criatividade na dinâmica laboral para execução de um trabalho criativo. A seguir, a próxima subseção discutirá acerca das características do trabalho em organizações de economia criativa.

2.3.2 Características do trabalho no setor de economia criativa

É fundamental ressaltar que em todas as atividades desempenhadas pelo homem existe um grau maior ou menor de criatividade. Além do mais, na comunicação que é dada entre os seres humanos, fica evidente a presença de elementos culturais. Ao considerar que, de acordo com Reis (2008), no novo formato de trabalho criativo, a ocupação criativa revela características de uma especialização flexível, além de suportar relações de trabalho que possibilitem a qualidade de vida do indivíduo que expande seu trabalho em tarefas criativas.

Muzzio e Paiva Júnior (2014) argumentam que diferentes perspectivas para a construção do conhecimento, processos inovadores de gestão, formas de trabalho mais flexíveis, além de ambientes laborais dinâmicos, passam a configurar o espaço no qual o trabalhador deverá desempenhar o trabalho criativo. Logo, é fundamental a organização estar acessível para ideias inovadoras que surgem diariamente. Dessa forma, investimentos financeiros em longo prazo, promoção ao compartilhamento de informações, além de um ambiente que desenvolva a confiança e colaboração entre os funcionários, representam algumas características que predominam em um ambiente de trabalho criativo.

Diferente da economia tradicional, Reis (2008) pondera que na economia criativa os indivíduos têm papel principal e estão centrados no uso de plataformas tecnológicas, com objetivo de aplicar soluções inovadoras nas questões que envolvem a integração da ciência,

tecnologia e arte. Com advento da economia do conhecimento, o trabalho do indivíduo criativo se constitui com uma novidade e acaba agregando valor à organização, já que se torna valioso para o mercado.

Quanto ao trabalho voltado ao mundo das artes e da cultura, este é carregado de um conteúdo expressivo. Trata-se do ideal do trabalho do artesão, intrinsecamente motivador e autônomo (MIGUEZ, 2007). Na mesma linha, Bendassolli e Borges-Andrade (2011) demonstram que esse ideal estava também presente na obra do teórico Marx, autor que o utiliza como contraponto ao trabalho mecanizado e alienante observado no capitalismo industrial do século XIX. A cultura e as artes supostamente tornaram-se repositórios de um tipo de trabalho com um conteúdo criativo e expressivamente capaz de materializar a identidade do artesão-artista (MIGUEZ, 2007). Em resumo, Bendassolli e Borges-Andrade (2011) analisam a representação de que o artista trabalha orientado pelo ideal do amor à arte, o qual é mantido mesmo sob condições sócio-ocupacionais, às vezes, desfavoráveis, como baixa remuneração, por exemplo.

Ainda sobre o trabalho ligado a expressões artísticas, Barros, Rosa e Santo (2014) observam que o reconhecimento do artista como trabalhador permanece na atualidade submetido ao domínio que a obra de arte e a *performance* de seu protagonista exercem no imaginário social. Tomado como um livre criador que possui uma capacidade que o distingue dos demais, o que demarca sua excepcionalidade, e admirado como alguém que age movido exclusivamente por uma pulsão criativa, o artista permanece, em grande parte, ausente dos debates sobre direitos e condições de trabalho.

Para encerrar esta subseção, é preciso salientar que Alencar (1998), em seu estudo, já tratava sobre criatividade e seu papel fundamental para o lucro no universo das organizações. “Como a origem da inovação reside nas ideias criativas dos indivíduos, a criatividade tem recebido uma atenção crescente” (ALENCAR, 1998, p. 23). A autora corrobora seu argumento afirmando que a criatividade tem sido apontada como uma habilidade humana crítica, que deve ser canalizada e fortalecida a favor do desenvolvimento da organização.

Dado o papel decisivo da criatividade para as organizações no seu processo de lidar com a mudança, incerteza, instabilidade, concorrência, e promover de forma sistemática a inovação, é necessário que os dirigentes estejam atentos às condições prevalentes no seu ambiente de trabalho, no sentido de desfazer possíveis barreiras à criatividade, maximizando as oportunidades para a sua expressão (MUZZIO; PAIVA JÚNIOR, 2014; REIS, 2008). Contudo, faz-se necessário analisar também as consequências que estão por trás do discurso da criatividade no ambiente laboral.

A seguir, a próxima subseção abordará sobre a precarização do trabalho frente a esta promoção da criatividade por parte das organizações.

2.3.3 A precarização do trabalho por trás do discurso da criatividade

O processo de precarização do trabalho, segundo Kremer e Faria (2005) refere-se à degradação das condições de trabalho e emprego e é utilizado com mais frequência em relação ao trabalho informal. Neste estudo, é utilizada uma concepção estendida do processo de precarização do trabalho, baseada na noção ampliada e contemporânea de classe que vive do trabalho, proposta por Antunes (2008).

A noção de capital humano não é, contudo, uma invenção da Administração. É um conceito emprestado da economia neoliberal e instituído a um ideal no mundo corporativo (ANDRADE, 2011). A ideia original é a de que, do ponto de vista do trabalhador, o salário é um rendimento. Como o capital é identificado a tudo aquilo que é fonte de rendimento, no caso do trabalhador, o capital é indissociável das competências do próprio indivíduo (ANDRADE, 2011). O investimento em capital pode ser concebido como o próprio

desenvolvimento das aptidões pessoais, incluindo, assim, no cálculo econômico uma série de esferas da vida que até então lhe escapavam, como a das relações pessoais, dos afetos familiares, dos cuidados de saúde, entre outros.

Nessa ótica, conforme Andrade (2011), a valorização das pessoas pela empresa está ligada à passagem entre essas duas visões do trabalhador: como recurso e como capital. Mas o capital também é uma “coisa”, tanto quanto um recurso, o que quer dizer que o ser humano não é valorizado enquanto tal, mas apenas enquanto fonte de rendimento. Não se trata, de forma alguma, de um humanismo renovado colocando a preocupação com as necessidades humanas em primeiro lugar.

Porém, o que tem sido observado, a partir do estudo de Alencar (1998), é que muitas organizações tendem a ignorar o potencial para a competência, responsabilidade e produtividade, estimulando mais a dependência e a passividade do que a iniciativa e a criatividade. As necessidades básicas de reconhecimento, apoio e segurança, que deveriam ser atendidas no ambiente de trabalho, são, muitas vezes, ignoradas, afetando a motivação para o trabalho e contribuindo para manter adormecido o potencial para criatividade.

Outro discurso também empregado nas organizações é o da flexibilidade. A flexibilidade no trabalho é um fenômeno social que se intensifica no contexto da globalização, inclusive no campo do trabalho artístico. Noção altamente polissêmica, conforme afirma Hirata (2009), justificando que, no início dos anos de 1980, com referência às mudanças na organização do trabalho e da produção (fábrica flexível); em seguida, com referência ao mercado de trabalho (flexibilidade do emprego); enfim, ao tempo de trabalho (trabalho de meio-período, de tempo parcial, de tempo de trabalho anual e com banco de horas, políticas de redução das horas trabalhadas) esta exposição sobre flexibilidade foi propagada.

Todavia, a palavra flexibilidade tem uma conotação ideológica, mascarando sob um termo neutro ou mesmo com uma conotação positiva (adaptabilidade, maleabilidade, repartição mais adequada), práticas de gestão da mão de obra em que flexibilidade e precariedade andam frequentemente juntas no terreno do mercado de trabalho, conforme assegura Hirata (2009). Portanto, a degradação das condições de trabalho, de salários e da proteção social seria, assim, disfarçada por um termo positivo.

Em suma, Segnini (2007) aponta que no campo artístico são observadas quase todas as formas flexíveis de emprego e trabalho analisadas por Hirata (2009). O auto-emprego, o *freelancing* e as diversas formas atípicas de trabalho (intermitência, tempo parcial, diversos cachês, diferentes empregadores) constituem as formas dominantes da organização do trabalho nas artes. Nesse sentido, a heterogeneidade na vivência das formas instáveis de trabalho é a característica central do mercado de trabalho artístico.

Frente a todas as discussões realizadas até esta subseção da pesquisa, verifica-se que a economia criativa está desencadeando mudanças na trajetória das organizações, uma vez que, a tecnologia e a inovação estão impactando na configuração do trabalho desenvolvido nas organizações inseridas no setor. Entretanto, ainda que o cenário seja favorável para o desenvolvimento do setor, existem alguns reveses sobre a discussão do trabalho no setor de economia criativa. Há a predominância do trabalho informal, além da presença do fenômeno da precarização na dinâmica do trabalho na categoria de economia criativa e o fenômeno da flexibilidade, que mascara um termo neutro, porém apresenta uma conotação ideológica.

2.3.4 Dimensões do trabalho em organizações de economia criativa

Tendo em vista a discussão teórica realizada até aqui, foi possível verificar que o trabalho na área de economia criativa pode ser analisado a partir de diferentes dimensões, que configuram o trabalho realizado nas organizações do setor. Desse modo, identificam-se as

seguintes dimensões: dimensão organizacional, dimensão tecnológica, dimensão legal e dimensão individual.

Com relação à **dimensão organizacional**, a noção de economia criativa é adotada por admitir-se que as práticas informacionais e comunicacionais constituem uma centralidade nessa economia. Essa foi também, de acordo com Reis (2008), a nomenclatura adotada pelo Banco Mundial ao considerar que as organizações desse tipo de economia já representam relevante porcentagem do PIB mundial e configuram um setor que deverá crescer significativamente nos próximos anos, mais do que os setores tradicionais. Para Borges (2005), há uma transição de uma economia cada vez menos concentrada no tradicional modelo industrial, fordista, de produção em massa de bens tangíveis, para uma economia mais ligada à geração criativa de ideias, ou seja, de bens intangíveis.

O tipo de empresa que atua no setor é prevalentemente de porte pequeno ou médio, que sofre dificuldades em obter financiamento para seus projetos, pois aparentemente são mais arriscados que em outros ramos, afetando particularmente os países que possuem sistemas financeiros menos desenvolvidos (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). Por outro lado, de acordo com a Unesco (2010), as grandes empresas fazem uso das novas tecnologias de comunicação com aplicações digitais para suprir os mercados consumidores por meio de bens e serviços classificados como produtos culturais.

Sobre a **dimensão tecnológica**, a economia criativa pode ser um setor altamente competitivo, pelo fato de a tecnologia poder gerar um campo de *feedback* instantâneo, onde a questão publicitária é essencial para desenvolvimento das ideias (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). Entretanto, o setor é baseado também na cooperação e compartilhamento de conhecimentos (STEFFEN, 2013). O modelo criativo influencia os jovens a produzir e compartilhar os resultados de seus trabalhos, que segundo o autor, proporciona vida, apropriação e transformação, como nas redes sociais.

Nesse sentido, o mundo do trabalho tem passado por diversas transformações, com o avanço acelerado da tecnologia informacional, as correspondentes inserções no lócus produtivo, o enxugamento das estruturas organizacionais, a introdução de novas tecnologias de gestão, dentre outros fenômenos que, em conjunto, constituem expressões variadas do chamado sistema de acumulação flexível. Este, de fato, se apresenta como a reação fenomênica do capitalismo à sua crise estrutural, deflagrada nas últimas décadas do século XX (ANTUNES; ALVES, 2004). Desde o ponto de vista do trabalho, as constantes mudanças implicam em descontinuidade na práxis do trabalhador e, mais profundamente, podem alterar as concepções que se tem de trabalho, e o próprio sentido deste para o trabalhador (SENNET, 2012; TOLFO et al., 2005).

A respeito da **dimensão legal**, a globalização financeira e a mundialização da precarização social, juntamente com as inovações tecnológicas e as novas formas de gestão, causaram rápidas transformações no mundo do trabalho. As formas tradicionais dos antigos vínculos empregatícios como o trabalho formal remunerado e como o trabalho na produção para o próprio consumo ou na construção para o próprio uso foi perdendo a sua predominância e abrindo espaço para o surgimento de formas contemporâneas de organização do trabalho, que respondem pelos anseios de empregadores, gerando alternativas de produção e entrega da força de trabalho, baseado no modelo taylorista-fordista de produção. (BARBOSA, 2011). Ademais, os estudos e pesquisas atuais trazem de volta a necessidade de pensar o conceito de trabalho para as novas configurações das organizações no capitalismo contemporâneo. Noronha e Barbosa (2016) citam que o trabalho é o elemento central da vida humana.

Como resultado direto sobre a classe trabalhadora, houve modificações no perfil do trabalhador requisitado pelas organizações, pelo qual polivalência, habilidades, saberes e competências estão relacionadas com novas exigências para contratação (MIRANDA;

ARAÚJO, 2006). O aumento da exigência por qualificação, considerada responsabilidade pessoal e garantia para a empregabilidade e referenciada como resolução para os problemas relacionados ao mercado de trabalho, pode ser considerada uma saída tangível e suficiente para a inserção do trabalhador neste mercado, conforme as autoras. Com o advento da flexibilização, da automação, da reestruturação produtiva e da mudança do paradigma da produção, ressalta-se que a avaliação da repercussão que essas modificações produzem sobre o mercado de trabalho e a classe trabalhadora é necessária (MIRANDA; ARAÚJO, 2006). Para as autoras, uma das consequências imediatas foi a redução do emprego regular e o aumento do trabalho temporário, subcontratado, terceirizado e, logicamente, a diminuição da segurança no emprego, vulnerabilizando-o, e pondo em pretexto a proteção e garantia dos direitos dos trabalhadores, o que implica fragilização do tecido social.

Acerca da **dimensão individual**, Bendassolli e Borges-Andrade (2011) ponderam que os trabalhadores da economia criativa, como grupo profissional, são na média, mais jovens do que a força de trabalho geral; detêm taxas mais elevadas de desemprego e de diversas formas de subemprego (trabalho em tempo parcial; trabalho intermitente; poucas horas de trabalho por semana); têm uma tendência maior do que a população ativa a ter dois empregos ou mais, simultaneamente. Em termos salariais, esses profissionais ganham menos do que os trabalhadores em categorias ocupacionais comparáveis no que se refere a capital humano: qualificação, experiência, posição hierárquica (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011). Além disso, as curvas de ganho são muito discrepantes, tendendo a uma distribuição salarial bastante desigual (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011). No geral, predominam uma forte cultura de flexibilidade e uma organização do trabalho baseada em projetos.

Mas dentre todas as possibilidades de políticas públicas abertas pela economia criativa a mais destacada é certamente o emprego, especialmente de jovens (SERRA; FERNANDEZ, 2014). Além disso, segundo os autores, exige um novo perfil profissional, requerendo maiores investimentos na formação da força de trabalho. Por conseguinte, a produtividade e a dedicação estão associadas a recompensas: a autorrealização, o reconhecimento, a reputação e a contribuição para um bem em comum, fatores intangíveis se comparados à recompensa financeira.

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

Primeiramente, salienta-se que este trabalho é de natureza qualitativa. Vieira e Zouain (2004) argumentam que a pesquisa qualitativa pode ser definida como a que se fundamenta principalmente em análises qualitativas. Essa pesquisa tem como característica a não utilização de instrumentos estatísticos na análise dos dados. De acordo com Zanella (2009), quanto ao contexto histórico dessa pesquisa, os estudos qualitativos iniciaram na segunda metade do século XIX, nas áreas de Sociologia e Antropologia. Apenas nos últimos 40 anos é que a pesquisa qualitativa vem ganhando espaço reconhecido em outras áreas como Psicologia, Educação e Administração.

A abordagem qualitativa é bastante indicada para estudos que objetivam apreender percepções, olhares, sentimentos, motivações e atitudes, informações de caráter subjetivo (VERGARA, 2005; GIL, 2008). De forma geral, as pesquisas qualitativas são menos estruturadas, proporcionam um relacionamento mais longo e flexível entre o pesquisador e o sujeito, e lidam com informações mais subjetivas, amplas e com maior riqueza de detalhes do que os métodos quantitativos (VIEIRA; ZOUAIN, 2004).

Como abordagem fundamental nas ciências sociais, Minayo (2002) relata que a pesquisa qualitativa se preocupa com um nível de realidade que não se atem à mensuração, à quantificação. Em síntese, tal pesquisa está voltada para o que tange os significados, motivos, aspirações, valores e atitudes. Desse modo, visto que este trabalho possui natureza qualitativa, é esperado que por meio de tal abordagem seja possível verificar as visões de mundo e os valores da fala do sujeito entrevistado.

É com essa perspectiva, abordagem qualitativa, que se pretendeu realizar essa pesquisa, pois se tratou de questões relacionadas com a dinâmica do trabalho em organizações pertencentes ao setor de economia criativa. De acordo com Minayo (2002), a pesquisa qualitativa deve ser dividida em três etapas: a) fase exploratória; b) trabalho de campo; c) análise e tratamento do material empírico e documental. Além disso, para a autora a abordagem qualitativa busca compreender os significados e valores da realidade social que não podem ser quantificados. Então, a fim de se atingir aos objetivos propostos na introdução deste estudo, a fase exploratória foi dada por meio do projeto de pesquisa. O trabalho de campo é a parte empírica da pesquisa, o qual foi composto por meio da realização de entrevistas e pesquisa documental. Por fim, para análise e tratamento do que foi coletado em campo, os dados obtidos foram interpretados no item 4 da dissertação.

3.2 Organizações estudadas

Em 2010 foi lançado o primeiro edital de seleção de dezesseis empresas que integraram o primeiro ciclo de incubação de empresa oferecido pelo programa Rio Criativo. Em 2013, através do Decreto Governamental Nº 44.159, foi instituído o Rio Criativo - Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro. Em 2014 foi lançado o primeiro edital de ocupação do *Coworking* Rio Criativo e o edital para o segundo ciclo de incubação de empresas, que se ocorreu em 2015. Contudo, para o presente estudo, apenas dez empresas estudadas foram selecionadas para a realização da pesquisa. Vale ressaltar que todas pertenceram ao primeiro ciclo de incubação do programa Rio Criativo, denominadas de primeira geração de empresas incubadas. Seguem, abaixo, por ordem alfabética, as principais informações referentes a cada uma dessas dez empresas selecionadas para pesquisa, apresentados do Quadro 1 ao Quadro 10:

Quadro 1 – Empresa Arissas Multimídia

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Projetos e ações culturais que aliam o universo individual de autores, artistas e instituições a propostas inovadoras e projetos de alto valor cultural.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.arissasmultimedia.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @arissasmultimídia
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@arissasmultimedia.com
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 99938-0314

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 2 – Empresa Benfeitoria

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Plataforma de mobilização de recursos para projetos de impacto cultural, social, econômico e ambiental.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.benfeitoria.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @benfeitoria
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@benfeitoria.com
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 98141-7844

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 3 – Empresa Embolacha

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Site de financiamento coletivo, direcionado exclusivamente para projetos artísticos e culturais.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.embolacha.com.br
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @embolacha
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@embolacha.com.br
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 98102-4301
Endereço	<ul style="list-style-type: none">• Rua das Laranjeiras, n° 390, casa 11.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 4 – Empresa Encontrarte

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Uma instituição especializada em soluções Culturais, Sociais e Esportivas que contribuem para o desenvolvimento da qualidade de vida da população.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.encontrarte.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @encontrarteatro
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@encontrarte.com.br
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (1) 98743-4120/99448-3227
Endereço	<ul style="list-style-type: none">• Avenida Luis de Lina, n° 449, 2° andar - Nova Iguaçu.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 5 – Empresa e-Trilhas

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• É uma plataforma digital que conecta praticantes de trilhas ecológicas com guias turísticos reais e qualificados.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.etrilhas.com.br
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @etrilhas
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@etrilhas.com.br
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 99934-1086

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 6 – Empresa Julia Vidal

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• A marca Julia Vidal valoriza a identidade cultural da mulher brasileira através da moda cultural e étnica.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.benfeitoria.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @julia.vidal.etnias
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• julia@juliavidal.com.br
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 98126-0404

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 7 – Empresa Mob Content

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Produção de conteúdo audiovisual; desenvolvimento de projetos interativos; distribuição de conteúdo em plataformas de serviço de valor agregado e Over-The-Top.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.mobcontent.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @mobcontent
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@mobcontent.com
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 3522-6573
Endereço	<ul style="list-style-type: none">• Rua Frederico Silva, n° 86, sala 513.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 8 – Empresa Ponte Plural

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• É uma iniciativa cultural que fomenta o empreendedorismo no setor musical e articulando redes no estado do Rio de Janeiro, a fim de criar novos arranjos criativos locais.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.ponteplural.com.br
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @ponteplural
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@ponteplural.com.br
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 2263-7888/98308-8270

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 9 – Empresa Rios de História

Descrição	<ul style="list-style-type: none">• Empresa de receptivos especializada em tours customizados no Rio de Janeiro.
Site	<ul style="list-style-type: none">• www.riosdehistoria.com
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none">• @riosdehistoria
E-mail	<ul style="list-style-type: none">• contato@riosdehistoria.com
Telefones	<ul style="list-style-type: none">• (21) 2252-7291/99715-8502

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 10 – Empresa Rumori

Descrição	• Pós-produção e finalização de áudio.
Site	• www.rumori.com.br
Redes Sociais	• @brtrax
E-mail	• contato@rumori.com.br
Telefones	• (21) 3217-0424

Fonte: Elaboração própria.

3.3 Coleta de dados

Para cumprimento da pesquisa, foi realizada a pesquisa de campo. Tal pesquisa também se torna essencial, uma vez que proporciona a interação do pesquisador com o campo estudado (MINAYO, 2002). Conforme o entendimento de Minayo (2002), a autora observa o campo como o recorte espacial em que o objeto de pesquisa está situado, dessa forma, delimitá-lo torna-se fundamental para operacionalização da pesquisa.

Sendo assim, os objetos de investigação deste trabalho são as organizações de economia criativa que estão situadas no estado do Rio de Janeiro, RJ, que terminaram o processo de incubação pelo Rio Criativo e que atualmente não sofrem mais influência do Estado ao desempenharem suas funções no mercado. As organizações escolhidas estavam inseridas em algum dos treze segmentos que compõem o setor dentre eles: publicidade, arquitetura, *design*, moda, expressões culturais, patrimônio e artes, música, artes cênicas, editorial, audiovisual, pesquisa e desenvolvimento, tecnologia da informação e comunicação e biotecnologia. Nesta etapa, segundo Minayo (2002), normalmente, combina-se como instrumentos de coleta de dados: a pesquisa documental e a entrevista. Logo, a presente pesquisa se utilizará dessas duas técnicas de coletas de dados, a fim de alcançar os objetivos propostos.

3.3.1 Pesquisa documental

Considerando os documentos como peças fundamentais na construção da realidade, que são responsáveis por registrar descrições de locais e acontecimentos numa época específica, este trabalho utilizou a pesquisa documental como um dos instrumentos de coleta de dados. De acordo com May (2004), as fontes dos documentos podem ser diversas, desde leis, estatutos e relatos até anais de congressos, registros, debates e relatórios. Segundo Vergara (2005), ao escolher um documento, o pesquisador deve estar atento a quatro critérios: autenticidade, credibilidade, representatividade e significado.

Desse modo, segue abaixo a lista de documentos que foram coletados nessa pesquisa, conforme o Quadro 11, com intuito de mapear o setor de economia criativa no Brasil:

Quadro 11 – Pesquisa de documentos

NOME	DESCRIÇÃO
Plano da Secretaria de Economia Criativa	Políticas, diretrizes e ações de 2011 a 2014.
Relatório de Economia Criativa 2010: Economia Criativa uma opção de desenvolvimento viável	O Relatório de Economia Criativa 2010 apresenta a perspectiva sistêmica global das Nações Unidas em relação a este novo tópico, como exemplo de cooperação de múltiplas agências trabalhando como “Uma ONU”.
Secretaria da Economia Criativa	<i>Power Point</i> sobre o setor de Economia Criativa
Economia Criativa do Rio de Janeiro e as Micro e Pequenas Empresas	Boletim Quadrimestral - Novembro de 2012.
Panorama da Economia Criativa no Brasil	Publicação cujo objetivo é divulgar resultados de estudos direta ou indiretamente desenvolvidos pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).
História do Rio Criativo	Trajatória sobre a evolução do Programa Rio Criativo.
Edital para seleção de propostas de empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro - Chamada pública nº 06/2014.	O edital visa a seleção de propostas de empreendimentos criativos fluminenses, que serão apoiados através da concessão de recursos financeiros para custeio de despesas relativas ao desenvolvimento do empreendimento.
Ocupação da incubadora Rio Criativo - <i>Coworking</i>	Chamada para a ocupação gratuita de postos de trabalho nos novos espaços compartilhados (<i>coworking</i>) da Incubadora Rio Criativo.
Etapa 1 - Cadastro de pessoa física	Edital de chamada pública nº xx/2016. Ocupação 2016 - Incubadora Rio Criativo.
Decreto nº 44.159	Dispõe sobre a constituição do Rio Criativo - Programa de desenvolvimento da Economia Criativa do estado do Rio de Janeiro.
Brasil por regiões e grupos: Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) e Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).	Ocupados na Economia Criativa, Brasil, Regiões e Unidades da Federação, 2010.
Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil	Estudo que acompanha bianualmente os movimentos da classe criativa brasileira, contemplando as 27 unidades da federação.

Fonte: Elaboração própria.

O levantamento de informações, a partir das fontes descritas possibilitou compreender a configuração do setor de economia criativa, incluindo-se, dessa forma, os dados que condizem com as legislações vigentes e ao número de trabalhadores inseridos na categoria de economia criativa. Foi possível contextualizar as organizações dentro do atual cenário do setor, bem como apontar aspectos relativos aos segmentos da economia criativa e ao trabalho criativo. Os meses de julho a dezembro de 2016 foram destinados para a pesquisa documental, que foi realizada também por meio eletrônico nos *sites* dos seguintes órgãos: Ministério da Cultura, Sebrae, Rio Criativo, Secretaria de Cultura do estado do Rio de Janeiro, Secretaria de Economia Criativa estado do Rio de Janeiro. A coleta de dados também teve como técnica a realização de entrevistas, detalhada no próximo item.

3.3.2 Entrevista semiestruturada

Outro instrumento utilizado, a fim de se obter dados para a pesquisa, é a entrevista semiestruturada. Lakatos e Marconi (2003) afirmam que a entrevista é a técnica mais adequada para definir a qualidade dos resultados obtidos. A técnica de entrevista, com roteiro

semiestruturado ou não estruturado, segundo Roesch (2005), torna-se apropriada quando é necessário entender os construtos que os participantes utilizam como base para suas opiniões, declarações e crenças sobre uma questão ou situação específica. Para Vergara (2005), a essência da técnica de entrevista está num profundo interesse pelo outro, em compreender sua experiência vivida e os significados destas experiências para o outro.

Nesse sentido, para Minayo (2002), a técnica de entrevista leva em consideração que os entrevistados são aqueles mais capazes de relatar a forma pelo qual vivenciaram algum fenômeno, assim como diferentes indivíduos poderão relatar perspectivas distintas sobre o mesmo fenômeno. Vergara (2005) ainda complementa que, a determinação do tipo de técnica de coleta de dados está necessariamente ligada ao tipo de pergunta que se quer elaborar. Portanto, o pesquisador deve sempre ter em mente a natureza de sua investigação e os objetivos da pesquisa. A técnica de entrevista foi escolhida para aplicação nesse presente trabalho por permitir à pesquisadora ter acesso às falas, declarações, como também a informações não verbais, gestos, voz, olhares, sinais faciais (VERGARA, 2005). Tais acessos possibilitam a compreensão com mais profundidade dos sentidos, da visão de mundo do outro.

Também se ressalta que essa técnica permite maior flexibilidade nas perguntas a serem realizadas, como também na condução da entrevista por parte do pesquisador. May (2004) assegura que esta tipologia de entrevista permite que o entrevistado responda as perguntas mais com suas próprias palavras do que as entrevistas padronizadas. Desse modo, de acordo com as categorias de análise formuladas, presentes neste projeto, além do roteiro de entrevista, localizado no Apêndice A deste estudo, foi possível entender com mais profundidade os sentidos e a visão de mundo dos sujeitos. Nesse sentido, foram utilizados na operacionalização da técnica os seguintes procedimentos: a) contato com participantes, primeira pela rede social *Facebook* e posteriormente por e-mail, com intuito de apresentar a pesquisa e convidá-los para fornecer a entrevista; b) envio do termo de consentimento por e-mail, que consta no Apêndice B deste trabalho; c) agendamento das entrevistas; d) realização de todas as entrevistas por *Skype* e gravação dessas entrevistas devidamente autorizadas pelos entrevistados.

3.3.3 Sujeitos da pesquisa e critérios de seleção

Na fase de entrevistas semiestruturadas, um elemento relevante que deve ser selecionado previamente são os sujeitos entrevistados. Portanto, os indivíduos que foram entrevistados foram os sócios que atuam nas organizações de economia criativa, localizadas no estado do Rio de Janeiro, RJ, e que, além disso, suas empresas estavam inseridas em algum dos treze segmentos existentes no setor. Como o foco da pesquisa é a configuração do trabalho nessa economia, os critérios de seleção utilizados foram: a) pertencer ao primeiro grupo de empresas incubadas pela Rio Criativo, chamadas de empresas da primeira geração do processo de incubação do programa Rio Criativo; b) a função que desempenha na organização, tendo neste caso que ser o sócio da organização. Dessa forma, o total dos sujeitos entrevistados foi dez, conforme Quadro 12. Cabe ressaltar que todas as entrevistas foram realizadas por *Skype* com a permissão dos entrevistados para gravação.

Quadro 12 – Perfil dos sujeitos entrevistados

Entrevistados	Gênero	Formação	Idade	Cargo	Tempo de trabalho na organização
E1 – representante da e-Trilhas	Feminino	Formada em Turismo.	37 anos	Sócio-fundadora	9 anos
E2 – representante da Encontre	Masculino	Formado em Educação Física. E circence pela Escola Nacional de Circo.	40 anos	Sócio-diretor	15 anos
E3 – representante da Arissas Multimídia	Feminino	Formada em Jornalismo.	38 anos	Sócio-fundadora	9 anos
E4 – representante da Benfeitoria	Masculino	Formado em Administração de empresas e MBA em Marketing.	38 anos	Cofundador e CEO	6 anos
E5 – representante da Embolacha	Masculino	Formado em Comunicação Social, Radialismo.	35 anos	Chefe executivo	6 anos
E6 – representante da Julia Vidal	Feminino	Formada em Desenho Industrial.	36 anos	Sócio-fundadora	12 anos
E7 – representante da Mob Content	Masculino	Formado em Comunicação Social, Rádio e TV.	35 anos	Sócio-diretor	7 anos
E8 – representante da Ponte Plural	Masculino	Formado em Direito. Mestrado em Cultura e Territorialidades. Fazendo doutorado em Comunicação Social.	33 anos	Sócio fundador e CFO (<i>Chief Financial Officer</i>)	7 anos
E9 – representante da Rios de História	Masculino	Formado em Administração e História.	46 anos	Sócio-fundador	8 anos
E10 – representante da Rumori	Masculino	Formação técnica em música sonoplastia.	38 anos	Sócio-diretor	13 anos

Fonte: Elaboração própria.

3.4 Análise dos dados

A análise de conteúdo foi a técnica de análise adotada nesta pesquisa e é definida por Bardin (1977, p. 42) como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos contextos das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

A análise de conteúdo abrange transcrições de entrevistas, documentos institucionais, entre outros. Presta-se para fins exploratórios, exige categorias exaustivas e mutuamente exclusivas, possibilita o tratamento de grande quantidade de dados (VERGARA, 2005). Podem-se destacar duas funções na aplicação da técnica: a) verificação de questões, no qual se podem encontrar respostas para as questões formuladas como também confirma ou não os pressupostos estabelecidos; b) leitura dos que está por trás dos conteúdos manifestos (GOMES, 2002).

Ainda segundo Gomes (2002), na operacionalização da análise faz-se necessário escolher as unidades de registro e de contexto. As unidades de registros referem-se aos elementos obtidos através da decomposição do conjunto de mensagem. Pode-se utilizar a palavra, a frase ou oração como unidades de registro. Já as de contexto possuem referência mais ampla, pois é necessário precisar o contexto do qual faz parte a mensagem.

O presente estudo fez uso da análise elaborada por Bardin (1977) e desta forma abordou as três etapas básicas: a) pré-análise; b) exploração do material e c) tratamento de dados e interpretação. A pré-análise consiste na seleção do material e definição dos procedimentos a serem seguidos. Já a exploração dos materiais refere-se à implementação desses procedimentos. O tratamento diz respeito à geração de inferências e dos resultados da investigação.

Para a presente pesquisa a primeira etapa foi constituída por transcrições das entrevistas fornecidas pelos sujeitos participantes, com intuito de se haver seleção das informações obtidas e planejamento das próximas fases. Na segunda etapa os temas levantados no referencial teórico deste estudo foram analisados, tendo em vista os diálogos selecionados na etapa de pré-análise. Na terceira etapa, por fim, é quando ocorreu a categorização dos fragmentos dos diálogos, de acordo com as categorias de análise deste estudo, para que fosse possível fazer inferências nas informações coletadas.

3.4.1 Categorias de análise

Quadro 13 – Categorias de análise

A CONFIGURAÇÃO DO TRABALHO CRIATIVO		
DIMENSÕES ANALISADAS	ORGANIZACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Descrição do trabalho • Descrição do ambiente de trabalho • Forma de divisão do trabalho • Forma de controle do trabalho
	TECNOLÓGICA	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologias necessárias para a realização do trabalho • Impacto das tecnologias da informação e da comunicação no trabalho • Importância das redes sociais • Relação do trabalho com a nova prestação de serviço
	LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de legislação específica para o trabalho realizado • Formas de contrato de trabalho • Tipos de remuneração • Formas de assessoria com a incubadora
	INDIVIDUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Trajetória profissional • Perfil do empreendedor da área • Relações interpessoais estabelecidas • Importância do trabalho

Fonte: Elaboração própria.

4 RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA

O presente capítulo é dedicado para a apresentação da análise e resultados dos dados coletados nesta pesquisa. Sendo assim, na subseção 4.1, primeiro item da análise, são apresentados os principais aspectos da realização do processo de incubação do programa Rio Criativo, além de ter sido feita uma análise documental dos documentos selecionados para a presente pesquisa. A partir da subseção 4.2, são expostas as análises feitas conforme as quatro categorias de pesquisa, que são elas: dimensão organizacional, dimensão tecnológica, dimensão legal e, por fim, dimensão individual.

Cabe ressaltar que a próxima seção, assim como as demais, serão apresentadas, em negrito, as quatro subcategorias correspondentes a cada dimensão, uma vez que se deseja responder a questão proposta. Os dados apresentados foram coletados por meio das entrevistas semiestruturadas com os representantes das empresas que passaram por todo o processo de incubação. Nesse sentido, salienta-se que na análise foram consideradas as discussões teóricas sobre economia criativa e o mundo do trabalho.

4.1 Dinâmica do setor de economia criativa e o processo de incubação do programa rio criativo

Ao pesquisar sobre a **dinâmica do setor de economia criativa** foi possível analisar que a emergência do conceito de economia criativa, conforme Madeira (2014) acontece no início do presente século, em meio a rápidas transformações da economia global, que podem ser sintetizadas pela intensificação da importância do conhecimento como recurso do sistema de produção. Responde, nessa linha, ainda segundo a autora, à tentativa de apreender um mundo onde criatividade, inovação e gerenciamento de riscos tornaram-se imperativos da competição econômica. No âmbito do novo conceito, são as ideias, ancoradas na utilização maciça das novas tecnologias, que ganham destaque como geradoras de riquezas e de transformações sociais.

Segundo a Firjan (2014) o mapeamento da Indústria Criativa é feito sob duas óticas. A primeira é a ótica da produção, que lança um olhar sobre as empresas criativas - que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos em seus quadros. A segunda ótica é a do mercado de trabalho, ou seja, dos profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica.

Por meio da análise dos dados da Firjan (2014), assim como as considerações feitas por Madeira (2014), sob a ótica da produção, 251 mil empresas formavam a indústria criativa no Brasil em 2013. Num olhar sobre a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram 148 mil empresas. Com base na massa salarial destas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos. Madeira (2014) assevera que sob a ótica do mercado formal de trabalho, a Indústria Criativa é composta por 892,5 mil profissionais formais. Entre 2004 e 2013, houve alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Dessa forma, a Firjan (2014) esclarece que o mercado de trabalho criativo se expandiu não apenas em números absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros alcançou 1,8% em 2013, ante 1,5% em 2004. Ainda segundo a Federação, houve crescimento relevante nas quatro grandes

áreas criativas: Tecnologia (+102,8%), Consumo (+100,0%), Mídias (+58,0%) e Cultura (+43,6%).

De acordo com o Ministério da Cultura (2012), entre os segmentos criativos, os mais numerosos em termos de profissionais também se distinguem por apresentarem os maiores salários médios – Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 9.990), Arquitetura (R\$ 6.927), TIC (R\$ 5.393) e Publicidade (R\$ 5.075), refletindo a alta capacitação técnica desses profissionais e a posição estratégica desses setores no mercado. Já em comparação com 2004, ainda segundo o Ministério, os maiores aumentos reais de salário ocorreram justamente nos segmentos que apresentavam menor remuneração: Moda (42,1%), Música (33,3%), Audiovisual (32,7%) e Expressões Culturais (31,6%).

O Plano Nacional de Cultura (PNC) figurou como ponto de partida de criação da Secretaria, em virtude de ter-se instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010 e, principalmente, por corresponder ao nascedouro do processo de institucionalização de políticas públicas culturais na área da economia criativa, mais especificamente no campo da economia da cultura, segundo Miguez (2007). De acordo com o Ministério da Cultura (2012, p.39) a Secretaria da Economia Criativa tem por missão “conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional”, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros.

Em suma, a Secretaria da Economia Criativa (SEC), em funcionamento desde abril de 2011 e formalmente instituída em 1º de junho de 2012, de acordo com Madeira (2014) recebeu a incumbência de formular, implementar e monitorar políticas de desenvolvimento que tivessem a cultura como eixo estratégico, com foco no apoio aos profissionais e aos empreendimentos criativos (SEBRAE, 2012). Além disso, em 2013, através do Decreto Governamental Nº 44.159, foi instituído o Rio Criativo - Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro.

Já ao analisar a **descrição do processo de incubação** foi possível perceber que ocorreram problemas de organização, pois de acordo com os entrevistados, era a primeira vez que o programa Rio Criativo estava realizando o processo de incubação. Muitas empresas ficaram desinformadas devido a essa questão. Os trechos, a seguir, relatam isso:

Então, ainda tava muito incipiente. Muita coisa ainda estava se implantando. Então, assim, ainda estava um pouco desorganizado. (E1 – representante da e-Trilhas).

Foi um processo que foi até bem demorado por questões, enfim, processos de Estado tendem a ser... Processos do governo do Estado tendem a ser demorados mesmo, né. (E8 – representante da Ponte Plural).

Contudo, apesar desses problemas, houve a solução de problemas societários e internos das empresas, no qual foi possível verificar a evolução das empresas desde que iniciaram o processo de incubação. Os trechos abaixo explicam essa afirmação:

Foi a partir do Rio Criativo que a gente identificou um problema societário e enfim... Após o período de incubação eu consegui outros três sócios que compraram a parte do meu antigo sócio. Então, eu diria, assim, o Rio Criativo foi mais importante na reestruturação interna da empresa. (E5 – representante da Embolacha).

A gente gastou as nossas moedas iniciais todo numa questão de reestruturação societária. Porque a gente tava passando por um processo aonde eram cinco sócios da instituição e dois estavam para se desligar. Só que a relação de negociação estava muito desgastada. Não conseguia avançar muita coisa. A incubação veio na hora, justamente que esse processo tava muito castigado. E aí a gente usou com a primeira

ação. Veio uma pessoa de fora justamente especialista em negociação de crise empresarial para poder chegar a um acordo que fosse bom pra todo mundo. (E2 – representante da Encontrarte).

A incubação contribuiu para o desenvolvimento de parcerias de trabalho entre as próprias empresas que estavam participando do processo. Ocorreu troca de contatos e algumas empresas puderam oferecer seus serviços a outras que estavam incubadas. Isso é evidenciado nos trechos abaixo:

(...) o legal era que isso a gente conseguia fazer um escambo; por exemplo: a Arissas era a única produtora áudio visual da primeira turma, então vários vídeos que precisavam faziam com a gente e a gente fez o site com outra incubada, enfim, rolava esse intercâmbio muito legal. (...) agora eles estão todos no mesmo lugar, sim, é possível. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Não existe um projeto dessa pós-incubação, então, o que acontece é que a gente cria um *networking* lá, né, enfim, eu tenho uma boa relação lá, né, tanto com a gerência, quanto com outras empresas que foram incubadas. Inclusive, uma das empresas que foram incubadas, a Tipiti Soluções Culturais, é minha parceira, a gente tem um trabalho de educação juntas; a gente se conheceu lá e a gente começou a trabalhar juntas a partir da incubação. (E6 – representante da Julia Vidal).

Além disso, o Rio Criativo foi capaz de proporcionar a formação de empreendedores inseridos no setor de economia criativa, além de qualificá-los para que cada vez mais fossem capazes de empreender. Isso pode ser notado nos trechos abaixo:

Então, quando eu comecei a me relacionar com outros empreendedores, enfim, estar numa estrutura em que eu tivesse consultorias, enfim, que eu tivesse capacitações, etc., eu comecei a sentir que era necessário isso. Até porque eu não tenho sócio na empresa, eu sou sozinha, então, eu precisava muito dessa na tomada de decisão e tudo, ter mais pessoas para conversar. E aí, quando estava acabando esse processo do Iniciativa Jovem, que até hoje eu faço parte da rede de empresários do Iniciativa Jovem, eu já quis buscar outro programa para continuar no mesmo ritmo, entendeu? De aperfeiçoamento, né, de Gestão Empresarial. Do que eu vejo do diferente da pessoa que empreende em cultura, né, quem empreende em economia criativa, é que a gente tem muita criatividade e, em geral, a gente tem uma tendência em trabalhar muito no nosso produto ou no nosso serviço, né. (E6 – representante da Julia Vidal).

Me formar um empreendedor completo, que eu acho que é essa função da incubação, né. (E7 – representante da Mob Content).

O processo de incubação foi capaz de oferecer capacitação às empresas por meio de consultorias e cursos que preparavam os gestores a administrar seus negócios. Isso é evidenciado nos trechos abaixo:

E aí na época já tinha outro processo de seleção, o edital né, ele envolvia uma capacitação prévia, isso era bem legal, tinha oficinas gratuitas, jurídicas, de plano de negócio, financeiras, coisas que eu não tinha menor noção na época. Enfim, tinha uma capacitação (...).(E7 – representante da Mob Content).

A gente trabalhou lá dentro da incubadora, eu e meu antigo sócio. Foi bem bacana. O projeto desenvolveu bastante. A gente fez bastante curso lá dentro e tal. (E1 – representante da e-Trilhas).

Então a incubação serviu, inclusive, pra a gente entender direito o nosso modelo de negócios, e a gente receber uma série de consultorias, e uma série de qualificações

que a gente foi obtendo pra conseguir gerir o nosso próprio negócio (...). (E10 – representante da Rumori).

Por último, constatou-se, no começo do processo de incubação, a falta de disponibilização de espaço físico para a realização do trabalho. As empresas ficaram sem a presença de uma sede para realizar o trabalho. Além disso, nunca foi acordado, de forma contratual, a oficialização dessas empresas no processo de incubação do programa do Rio Criativo. Essas questões são evidenciadas nos trechos a seguir:

(...) e pontos mais negativos, a gente tinha inicialmente uma sede, mas eles tiveram uns problemas para conseguir estabelecer essa sede, acabaram conseguindo fazer a reforma de um espaço que era privado, né, nem era público aquele espaço, a gente nunca teve um contrato. (E8 – representante da Ponte Plural).

(...) mudaram de local duas ou três vezes. Então, a gente começou a trabalhar esquecendo que a gente tinha o Rio Criativo, quando foi definido o espaço a gente foi, durante dois anos, a gente foi alocado na Secretaria de Planejamento, ali do lado da ALERJ e nós tínhamos uma série de consultorias, né, oferecidas e nós tínhamos um orçamento mensal para contratar essas consultorias. Em resumo, foi mais ou menos isso, a gente ficou até 2014, quando inaugurou o prédio do Liceu de Artes e Ofícios (...). (E9 – representante da Rios de História).

O quadro 14 apresenta a síntese da descrição do processo de incubação das empresas pertencentes à primeira geração:

Quadro 14 – Síntese da subcategoria de análise descrição do processo de incubação

Subcategoria	Síntese
Descrição do processo de incubação	<ul style="list-style-type: none">- Transcorreu de maneira incipiente;- Ocorreram problemas de organização;- Possibilitou às empresas a criação de ideias inovadoras para o setor de economia criativa;- Contribuiu para o fomento de parcerias entre as empresas incubadas;- Proporcionou negociações em momentos de crise;- Fomentou o empreendedorismo;- Houve a capacitação das empresas por meio de consultorias e oficinas gratuitas;- Problemas na disponibilização de espaço físico para a realização do trabalho;- Propiciou a legalização das empresas;- Ausência de contrato para oficialização da incubação.

Fonte: Elaboração própria

Os resultados da análise dessa subcategoria indicam a relevância de uma incubadora para a consolidação de empresas do setor de economia criativa que pretendem se capacitar e obter consolidação no mercado, além dos trabalhadores se qualificarem para atuarem no setor. Muzzio e Paiva Júnior (2014) argumentam que diferentes perspectivas para a construção do conhecimento, processos inovadores de gestão, formas de trabalho mais flexíveis, além de ambientes laborais dinâmicos passam a configurar o espaço no qual o trabalhador deverá desempenhar o trabalho criativo. Logo, é fundamental a organização estar acessível para ideias inovadoras que surgem diariamente. Dessa forma, investimentos financeiros em longo prazo, promoção ao compartilhamento de informações, além de um ambiente que desenvolva a confiança e colaboração entre os funcionários, representam algumas características que predominam em um ambiente de trabalho criativo.

4.2 Dimensão organizacional

Ao examinar a **descrição do trabalho** foi possível perceber que as atividades diárias na empresa realizadas pelos sujeitos são atividades de cunho administrativo, como o preenchimento de planilhas, realização de pagamentos de contas bancárias, além de responder *e-mails* e fazer contato com clientes. Isso pode ser observado nos trechos a seguir:

Hoje eu faço desde operação na rua mesmo, visita de vendas, até preenchimento de planilha, de fluxo de caixa, essas coisas... (E9 – representante da Rios de História).

Eu fico com a questão do planejamento. Com tudo que é relacionado a novos negócios, montagem de projetos, adequação, incentivo, editais, administrativo também, questão de conta, pagamentos, relacionamento com o cliente. Toda essa parte administrativa financeira e de planejamento de negócios é comigo. (E2 – representante da Encontrarte).

Também foi observado que a ação de elaborar projetos, controle e submissão dos mesmos também faz parte da rotina dos indivíduos. Os trechos a seguir apontam isso:

Basicamente a captação de novos projetos, manutenção dos que já estão lá e buscando parcerias maiores. Hoje em dia é buscar embaixadores e possíveis patrocinadores para os projetos que estão na plataforma. (E5 – representante da Embolacha).

(...) Operacional eu chamo de gerência de projetos e controle de caixa, pagamento. Gerenciamento de projetos é a gente tem que entregar o projeto X eu vou olhar se as coisas estão no prazo, se as pessoas estão entregando, se tá com qualidade. É basicamente um gerente de projetos mesmo. (E7 – representante da Mob Content).

A dinâmica de negociação e relacionamento com clientes e fornecedores também pode ser verificada. Os trechos abaixo corroboram com tal afirmação:

A nossa empresa é focada em áudio visual, então, por exemplo, agora a gente está em pré-produção da nossa primeira série de TV; são orçamentos, negociações, reuniões para negociar valores, assinando contratos, reuniões com advogado (...).(E3 – representante da Arissas Multimídia).

É desde criar novos produtos para ter o que comercializar, a fazer relacionamento com clientes. É desenvolver estratégias para aparecer em mídias, mídias espontâneas. É dar palestras. É produzir material de divulgação, prospectos, vídeos etc. Tudo que possa gerar algum tipo de novo negócio. (E7 – representante da Mob Content).

Atividades de controle financeiro aparecem nas falas dos entrevistados, como patrocínio para projetos, despesas bancárias, controle de fluxo de caixa e montagem de orçamento. Os trechos, a seguir, apontam essas ações:

Essa parte mais financeira, de levantar recursos, de captar, de lançamento, patrocínio para as ações. (E8 – representante da Ponte Plural).

Eu fico também com a área financeira, então todo controle financeiro fica na minha mão, desde pagar as contas, até preencher, fazer lá a parte de controle de planilha, prospecção. Ih enfim, controle do banco fica todo nas minhas mãos, repasse, pagamento, isso tudo é comigo. (E10 – representante da Rumori).

O quadro 15 apresenta a síntese da descrição do trabalho dos representantes das empresas estudadas:

Quadro 15 – Síntese da subcategoria de análise descrição do trabalho

Subcategoria	Síntese
Descrição do trabalho	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de atividades técnicas administrativas; - Elaboração de projetos; - Execução de negociações com clientes e fornecedores; - Atividades de controle financeiro.

Fonte: Elaboração própria.

Ao analisar o quadro e as falas dos entrevistados verifica-se a presença de uma rotina basicamente voltada para a área comercial, de marketing, administrativa e operacional. Nota-se a ausência de trabalho artístico nas falas dos entrevistados. O mundo do trabalho demanda por profissionais cada vez melhor preparados e fala-se de um novo trabalhador, mais participativo, polivalente e mais escolarizado, com capacidade para desenvolver novas habilidades e descobrir capacidades potenciais, de acordo com as mudanças na realidade externa (BATISTA-DOS-SANTOS et al., 2014). Contudo, as qualificações necessárias em uma economia flexível são de um novo tipo, baseadas em aptidões portáteis, como saber ouvir, trabalhar em equipe, ser criativo, participativo e estar aberto a novas experiências além de pronto para assumir riscos (BATISTA-DOS-SANTOS et al., 2014).

Ao verificar a **descrição do ambiente de trabalho** foi possível notar o trabalho realizado de forma virtual, tendo apenas a necessidade de se possuir computador com acesso à internet. Os trechos, a seguir, corroboram com tal afirmação:

O dia a dia eu trabalho online. (E1 – representante da e-Trilhas).

É aquilo que a gente diz: produção hoje em dia é um *laptop*, com internet, e uma impressora. E aí em qualquer lugar a gente trabalha. (E5 – representante da Embolacha).

Uma outra questão percebida foi a realização do trabalho em ambientes de *coworking*. Nesse tipo de ambiente estão presentes várias empresas que compartilham o mesmo local de trabalho. Ocorre interatividade entre as empresas por ser um ambiente dividido entre elas. Os entrevistados explicam isso, a seguir, em suas falas:

Hoje a gente está dentro da *coworking* que é em Botafogo, aqui na Barão de Lucena. A gente começou no ano passado em um salão compartilhado e o time foi crescendo e hoje a gente tem uma sala que fica aqui nesse espaço... Ele é bem bacana. É uma área comum onde tem outras empresas e tem muitas empresas de diversos trabalhos. Tem algumas salas que são as que ficam alugadas. Além disso, têm salas de reuniões, espaços compartilhados. Então, é legal porque tem um recorte interessante de empresas personalizadas. (E4 – representante da Benfeitoria).

Em 2011 eu fui pra um *coworking* com funcionários, 2012 quando a gente foi pra lá, a princípio tinha uma pessoa, depois passaram a mais três pessoa, bem no processo, no início, depois passou a mais quatro, aí começou a crescer. Aí a gente... Foi um momento muito bom nesse modelo de negócio de agregar conteúdo, então nessa receita de ter conhecimento grande, e fazer investimento pra gerar outras unidades de negócio, que eram o vídeo e o interativo. (E7 – representante da Mob Content).

Há também empresas que estão alocadas em incubadoras e conseqüentemente os funcionários realizam suas tarefas em um espaço de incubação. Os trechos a seguir indicam esse ambiente de trabalho:

Quando a segunda turma chegou as empresas começaram a sair e a gente foi convidado a ficar, aqui na incubadora (...) Esse espaço aqui era uma sala de aula, a sala de aula foi dividida em duas, então o nosso espaço é equivalente à metade de uma sala de aula. É as salas lá foram divididas por uma porta de metal. Ou seja, por cada módulo, vamos chamar assim, a gente é vizinho de alguma empresa. Que já mudou... Que já foram algumas empresas nossas vizinhas. E é isso, e tem infraestrutura básica aqui, de eletricidade, ar condicionado, internet, internet que só é mais menos. E higiene, né, limpeza, segurança. A estrutura é essa. (E7 – representante da Mob Content).

(...) a gente fica em Niterói, na UFF, na incubadora e tem uma sala em casa. A gente tem uma sala na UFF, no bloco A e tem uma sala, também, em casa. Então a gente fica alternando. (E8 – representante da Ponte Plural).

Alguns entrevistados também relatam nas entrevistas que realizavam seu trabalho dentro de suas casas, isto é, trata-se de um emprego de *home office*. É possível identificar de acordo com trechos, a seguir:

Olha, eu trabalho em casa, hoje é um *home office*. Eu trabalho aqui no meu escritório, aqui em casa. (E9 – representante da Rios de História).

Hoje eu trabalho na minha casa. Eu construí um espaço, a casa e meu espaço de trabalho porque eu queria separar um pouco a minha parte comercial da minha parte de criação; porque antes eu vivia dentro quando eu estava com meu escritório. E aí me deixava muito presa às tarefas do dia a dia e aí eu ficava apagando mais incêndio, entendeu? (E6 – representante da Julia Vidal).

Já algumas empresas alugam salas comerciais e os funcionários realizam seu respectivo trabalho em salas alugadas. Os diálogos, a seguir, apontam isso:

A gente tem um apartamento alugado. Apartamento de oitenta metros quadrados. Onde funciona uma sala de reunião e treinamento que tem. Outra sala onde fica os computadores e as pessoas ficam montando projetos e desenvolvendo a parte de escritório. A área de serviço pra poder fazer alimentação, café, essas coisas todas. E outra sala com arquivos. (E2 – representante da Encontrarte).

É uma sala, bom... A gente tem, né, a gente alugou essa sala comercial, como eu falei, em outubro de 2004, antes disso a gente chegou trabalhou alugando estúdio de outras pessoas, mas muito pouco, desde 2004 a gente tá em uma sala, que basicamente é composta de dois ambientes, três se contar o banheiro. Então, tem o banheiro, tem o primeiro ambiente que é uma sala, uma sala onde a gente pode receber pessoas, e fazer pequenas reuniões, com ar condicionado, frigobar, impressora, computador, mas é um ambiente bem pequeno, bem pequeno assim, diria que, uns 9m² no máximo. (E10 – representante da Rumori).

O quadro 16 apresenta a síntese da descrição do ambiente de trabalho das empresas pesquisadas:

Quadro 16 – Síntese da subcategoria de análise descrição do ambiente de trabalho

Subcategoria	Síntese
Descrição do ambiente de trabalho	- Trabalho realizado virtualmente; - Dentro de um espaço de <i>coworking</i> ;

	<ul style="list-style-type: none"> - Integrado a um espaço de incubadora; - Trabalho home Office; - Sala comercial alugada.
--	--

Fonte: Elaboração própria.

Ao analisar o quadro e os trechos exibidos acima, é possível reparar que, além de exigir um novo perfil profissional, requerendo maiores investimentos na formação da força de trabalho, as atividades dos trabalhadores da economia criativa são marcadas por relações de trabalho nas quais se destacam o *home work* e os trabalhadores *freelancers*, além de maior informalidade nos ambientes de trabalho (FLORIDA, 2012). Dado o papel decisivo da criatividade para as organizações no seu processo de lidar com a mudança, incerteza, instabilidade, concorrência, e promover de forma sistemática a inovação, é necessário que os dirigentes estejam atentos às condições prevalentes no seu ambiente de trabalho, no sentido de desfazer possíveis barreiras à criatividade, maximizando as oportunidades para a sua expressão (MUZZIO; PAIVA JÚNIOR, 2014; REIS, 2008).

Ao observar a **forma de divisão do trabalho** foi possível compreender que o trabalho é dividido de acordo com a especialização dos funcionários, conforme a sua respectiva função. Os trechos abaixo indicam isso:

Então, a gente consegue dividir isso a partir do planejamento de maneira muito transparente. Quando os colaboradores trabalham com a gente é mais fácil identificar que tarefa está com quem, porque tem pessoas fazendo tarefas específicas. (E10 – representante da Rumori).

Eu tenho a parte de produção, né. Que aí cada uma na produção... Tem a pessoa que corta, a modelista, tem um pessoal que estampa, enfim, cada um tem a sua função, né. (E6 – representante da Julia Vidal).

Como eu te falei, um cuida do financeiro, outro cuida da comunicação e outro cuida do artístico. O assistente foca nas questões operacionais desses três braços. (E5 – representante da Embolacha).

Todavia, percebeu-se também que o trabalho, de início, é dividido entre os sócios respeitando a hierarquia da empresa. As falas, a seguir, identificam como ocorre essa divisão do trabalho pela parte societária:

A gente dividi eu e o meu sócio. Somos nós que definimos isso. Somos dois sócios da empresa. Ele fica mais voltado para essa parte do desenvolvimento de aplicativo, da parte de tecnologia. E eu fico mais focada nessa parte de atendimento aos clientes. (E1 – representante da e-Trilhas).

No caso tem outros sócios também. Mais duas pessoas. E a gente dividi. Eu fico com as áreas comercial e capacitação de projetos. Um sócio fica com a parte de criação de ideias. Quando a gente vai desenvolver algum novo produto. Ou quando já tem um trabalho para ser feito. A gente tenta dividir essa produção. A outra sócia ajuda no administrativo e faz a parte da comunicação da instituição. (E2 – representante da Encontrarte).

O quadro 17 apresenta a síntese da forma de divisão do trabalho realizado pelos representantes:

Quadro 17 – Síntese da subcategoria de análise forma de divisão do trabalho

Subcategoria	Síntese
Forma de divisão do trabalho	- Distribuído conforme a especialização dos funcionários de acordo com a respectiva função;

	- Dividido inicialmente entre os sócios respeitando a hierarquia da empresa.
--	--

Fonte: Elaboração própria.

Ao analisar os diálogos e o quadro, foi possível perceber que há funcionários fazendo tarefas específicas, de acordo com um planejamento de divisão das atividades e que também essa forma de divisão fica restrita a como os sócios irão definir isso. Antunes (2008) discute sobre a relação organização versus indivíduo quando afirma que a trajetória das transformações do mundo do trabalho relaciona-se com as mudanças no processo de produção e de trabalho. Discussão essa também levantada por outro estudo de Antunes (2011) que complementa relatando que tais transformações afetaram a divisão de trabalho, as relações no interior das organizações e o mercado de trabalho. Este processo complexo entre trabalho e ciência produtiva impõe a necessidade de uma força de trabalho ainda mais complexa, multifuncional.

Ao averiguar a **forma de controle do trabalho** foi possível inferir que ocorre de maneira participativa e que cada área da empresa fica responsável por tomar as decisões juntamente com seus respectivos trabalhadores. Os trechos abaixo evidenciam isso:

A gente não tem exatamente uma hierarquia, não. A gente chega a conclusões conjuntas, a gente procura ver o que é melhor para a empresa pensando sempre a médio e longo prazo, nunca pensando o que é melhor a curto prazo. Sempre que você vai tomar uma decisão, você precisa entender primeiro como está a economia do seu país e como está a política do seu país. (E8 – representante da Ponte Plural).

A gente tem uma organização com bastante autonomia de tomada de decisão, ou seja, cada uma das áreas sabe de forma muito clara qual é a autonomia de tomada de decisão. Como a gente trabalha muito a questão coletiva, tudo o que não está pré-planejado ou decisões que envolvem coletivamente a Benfeitoria, a gente tem um espaço marcado semanalmente. Nesse momento a gente tem umas questões que a gente trás pra pauta, questões que qualquer um do time tem dúvida ou é preciso ter uma resposta que foge da autonomia e a gente debate pra ver como é que vai ser o processo decisório. (E4 – representante da Benfeitoria).

Contudo, foi possível destacar que as decisões também ficam centralizadas entre os sócios, por meio de reuniões entre eles para deliberação de alguns procedimentos. Os trechos a seguir destacam isso:

A tomada de decisão ela é feita em reunião societária e decidida pela maioria. Então, como são três se tiver dois votos a favor de alguma coisa isso é determinado. É maioria de votos. (E2 – representante da Encontrarte).

A gente tem reuniões semanais com os sócios onde tudo que está em andamento e está acontecendo é posto na mesa e rola o devido encaminhamento. (E5 – representante da Embolacha).

Outra forma de controle do trabalho identificada foi a baseada no histórico de experiências anteriores. Por meio de procedimentos realizados no passado, que foram satisfatórios para a empresa, é percebido que as empresas se espelham nessas ações de trabalho antigas para monitorar as atividades atuais, segundo as falas dos entrevistados:

Olha, é feeling. Feeling são experiências anteriores, também. Prioridades. A gente tem sempre algumas prioridades de fluxo de caixa e de clientes que sejam mais relevantes. Isso já de acordo com o nosso histórico aqui de atendimento. (E9 – representante da Rios de História).

Tem que estar sempre preparado para os resultados dessas suas decisões. Falo isso porque pesquisas indicam que 80% das empresas tomam decisões por intuições e isso é um erro absoluto. Isso se faz entender porque 70% das empresas fecham em dois anos. Você não pode tomar decisão por intuição. Não pode. Você tem que entender que decisão é algo muito sério, tem que ser embasada em cima de pesquisas, em cima de fatos, você tem que sempre ter plano B e C e já sabendo que talvez, tenha que pensar em plano D em cima da hora que o que você planejou A, B, C talvez não aconteça. (E8 – representante da Ponte Plural).

O quadro 18 apresenta a síntese da forma de controle do trabalho presente nas empresas:

Quadro 18 – Síntese da subcategoria de análise forma de controle do trabalho

Subcategoria	Síntese
Forma de controle do trabalho	- Decisões tomadas de forma coletiva e participativa; - Decisões baseadas em experiências anteriores; - Forma de controle centralizada entre os sócios.

Fonte: Elaboração própria.

Ainda que tenham sido apresentadas formas de controle participativa e baseada em experiências anteriores, há ainda decisões centralizadas apenas entre os sócios das empresas. Neste caso o funcionário fica sem poder de decisão. Lima (2014) entende que as alterações nas maneiras de se produzir, organizar e controlar despontou para novas configurações de trabalho. Ainda segundo o autor, o mundo do trabalho submeteu-se a uma série de readaptações visando à promoção de maior eficiência e controle, além de técnicas, de gestão; flexibilização; prêmios; metas; capacitação; em decorrência da expansão capitalista. Desse modo, Coutinho (2009) defende que essas mudanças associadas ao trabalho contemporâneo reafirmam relevância do desenvolvimento de pesquisas sobre os sujeitos envolvidos nesse universo.

4.3 Dimensão tecnológica

A respeito das **tecnologias necessárias para a realização do trabalho** foi possível apontar que estão presentes aplicativos de gestão que facilitam o dia a dia das atividades realizadas pelos sujeitos, principalmente os que o *Google* oferece. Fica notória essa afirmação nos trechos abaixo:

Eu uso muito computador e telefone. Celular o tempo inteiro. Eu uso muito o *Trello* para acompanhar projetos. Eu uso muito o *Evernote* e o *Google*. Agenda e o *Google* para empresas que tem também. Para controlar *e-mail* e tudo. (E1 – representante da e-Trilhas).

Extraí tudo da internet. É rede social, é *Google Docs*, tudo no *Drive*; a gente faz as planilhas do Excel no arquivo lá de planilhas do *Google*, apresentações a gente faz no *Prezi*. Tudo de uma forma que em qualquer lugar do mundo que a gente possa estar, a gente consiga acessar uma apresentação, a gente consiga acessar um arquivo, a gente consiga trabalhar mesmo estando distante, sem estar, necessariamente, vinculado a um espaço físico em algum lugar porque a gente está constantemente em movimento, então, a gente está sempre utilizando os arquivos da nuvem e utiliza tudo da internet, tudo no celular; nossos arquivos de gestão, enfim, tudo envolve celular e nuvem. (E8 – representante da Ponte Plural).

Como alguns entrevistados trabalham em empresas de mídias e audiovisual, foi possível perceber a utilização constante de programas de design relacionados com seus respectivos trabalhos, conforme os trechos abaixo:

A gente usa muito *Final Cut*, *After Effects*, todo o pacote da *Adobe*, todo o pacote *Office*, programas de edição, né, *Compressor*... Eu, como fotógrafa, uso o *Lightroom*. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Tem o *Striking* que faz a parte toda de páginas, de cliente mesmo, então são as páginas principais dos nossos endereços, se você entrar aí em *rumori.com.br*, *brtrex.com*, é você consegue chegar no *Striking*, e partir delas você chega no aplicativo lá no servidor da *Amazon*. (E10 – representante da Rumori).

Aplicativos de comunicação para facilitar o relacionamento com clientes e fornecedores, além de favorecer o desenvolvimento do trabalho também estão presentes nas falas dos entrevistados, conforme trechos a seguir:

A gente tem os computadores que toda a nossa divulgação da empresa ela está divulgada em todas as redes sociais. A gente tem site. A gente tem *Twitter*. A gente tem *Facebook*. A gente tem *Skype*. A gente tem *Snapchat*. Todas essas ferramentas de mídia social que estão aí latentes, presentes no dia a dia a gente tem e utiliza. (E2 – representante da Encontrarte).

A gente tem o nosso programador do site que é *Wordpress*, então, a gente utiliza isso, sim, para nós termos autonomia e atualizar o nosso site. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

A frequência da utilização de dispositivos de som também apareceu em um diálogo de um entrevistado para realização do trabalho. Isso pode ser observado no seguinte trecho:

A gente precisa pra realizar as nossas tarefas de estúdio, de um estúdio, então tem tecnologia de computação, de equipamento de som, caixas de som, é profissional, um computador mais potente, Macintosh, é o *software* profissional, que é uma licença cara, às vezes mais cara que o computador, *plugins*, tudo mais, tudo precisa de tecnologia. (E10 – representante da Rumori).

O quadro 19 apresenta a síntese das tecnologias necessárias para realização do trabalho:

Quadro 19 – Síntese da subcategoria de análise tecnologias necessárias para realização do trabalho

Subcategoria	Síntese
Tecnologias necessárias para realização do trabalho	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicativos de gestão; - Programas de <i>design</i>; - <i>Softwares</i> que executam tarefas de comunicação; - Tecnologias de dispositivos de som.

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o quadro e os trechos exibidos, foi possível identificar a presença de tecnologias para realização do trabalho. Bernardo (2006) afirma que os principais fatores alegados para a recente reestruturação da produção são semelhantes às principais características do novo espírito do capitalismo, como a incorporação de novas tecnologias nos processos produtivos, propiciada pelo desenvolvimento da microeletrônica nas últimas décadas. Esta afirmação, de acordo com Bernardo (2006), é que argumentos mais sofisticados teriam ampliado substancialmente a capacidade de produção das empresas, seja no aspecto quantitativo, seja no qualitativo, proporcionando a fabricação de uma ampla variedade de

produtos. Já com relação ao trabalho propriamente dito, ainda segundo o autor, novos equipamentos estariam substituindo muitos postos de trabalho típicos do taylorismo-fordismo e as tecnologias, principalmente aquelas fundamentadas na microeletrônica, estariam exigindo trabalhadores com um nível maior de competência para controlar processos e assumir responsabilidades.

Já ao refletir sobre o **impacto das tecnologias da informação e comunicação no trabalho** foi possível ponderar que há contribuição dessas tecnologias na divulgação dos serviços oferecidos pelas empresas. Isso pode ser comprovado nos trechos a seguir:

Aquí ela tem um fator fundamental no que se refere à divulgação das ações. Como a gente não vende um produto como se fosse, assim, por escala. Como se fosse uma caneta, um equipamento. Não é vendido um produto em série. Então, ela funciona muito mais por essa questão de divulgar as ações sociais e artísticas da instituição. (E2 – representante da Encontrarte).

Bom... É a divulgação, né. Basicamente a divulgação porque muita gente antes de ligar para mim já entra no site, já entra no *Facebook*, no *TripAdvisor*, eles já dão uma olhada para ver o que seria o trabalho e já entram em contato conosco já sabendo, um pouquinho, do que a gente faz. (E9 – representante da Rios de História).

Ademais, o impacto dessas tecnologias é essencial para o funcionamento dessas empresas estudadas. Isso pode ser observado nos trechos, a seguir, dos entrevistados:

São vitais. Todo funcionamento da empresa está baseado em relacionamento de rede. É uma plataforma online isso. (E5 – representante da Embolacha).

Simplesmente, sem esse negócio não funciona. Tão simples quanto isso. A gente é um negócio web, sem tecnologia web a gente não funciona. Risos. Então, a gente é 100% dependente. É escorado. Baseado e fundamentado em tecnologias. (E4 – representante da Benfeitoria).

No que tange ao desempenho do trabalho, essas tecnologias também impactam na execução do trabalho, conforme as falas a seguir:

Ah total. É impossível a gente pensar outra forma de nosso trabalho hoje sem conexão rápida de internet, por exemplo, a gente recebe e envia trabalhos de internet, sem telefone e sem *smartphone*, porque acaba que alguns clientes acabam pelo *Whatsapp* não tem jeito, por mais que a gente tente se concentrar no e-mail, tem alguns e-mails que tem que ser respondidos de maneira rápida. Então, nesse sentido a gente não fica de plantão em frente ao computador. Hoje a gente precisa do *smartphone* pra sair de gente do computador pra responder alguns e-mails quando a gente tá fora do escritório. Por isso, é fundamental uma internet rápida no telefone também. É fundamental ter internet em casa, pra gente de casa poder trazer um pouco de trabalho, pra não ter que ficar o tempo todo no estúdio. E eu diria que o menos importante hoje em dia é o telefone. (E10 – representante da Rumori).

Essencial. Na verdade só consigo trabalhar de longe por causa dessas tecnologias. (E1 – representante da e-Trilhas).

O quadro 20 apresenta a síntese dos impactos da tecnologia da informação e comunicação no trabalho:

Quadro 20 – Síntese da subcategoria de análise impacto das tecnologias da informação e comunicação no trabalho

Subcategoria	Síntese
Impactos da tecnologia da informação e comunicação no trabalho	- Facilidade de divulgação; - Essencial para o funcionamento da empresa; - Aprimoramento do desempenho do trabalho.

Fonte: Elaboração própria.

Segundo o quadro e as falas exibidas acima, foi possível refletir sobre como as tecnologias da informação e comunicação impactam no funcionamento do trabalho. Castells (2009) relata que o fim do segundo milênio trouxe acontecimentos importantes como (a) a revolução tecnológica concentrada na tecnologia da informação, (b) a descentralização das empresas, (c) a menor influência dos movimentos dos trabalhadores, (d) a individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho, (e) a incorporação maciça das mulheres na força de trabalho remunerada, geralmente em condições discriminatórias e (f) o aumento da concorrência global em um contexto de progressiva diferenciação dos cenários geográficos para acumulação e gestão de capital. Neste contexto, as organizações modernas atuam como disseminadoras de novos modelos de produção e de processo de trabalho e se utilizam de padrões de cerceamento para a implementação e manutenção das estruturas vigentes.

Com relação à **importância das redes sociais** foi possível identificar que essas redes promovem a comunicação com os clientes e facilita a interação com as demais empresas do setor de economia criativa, conforme os trechos abaixo:

Eu acho que é a comunicação, divulgação dos trabalhos e comunicação entre a rede. Na nossa área, isso tudo chama. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

É o *Facebook* e o *Instagram*. Ajuda bem. Comunicação com o cliente. (E1 – representante da e-Trilhas).

As redes sociais também possuem papel relevante na execução do trabalho dos entrevistados, uma vez que eles também desenvolvem suas atividades por meio dessas redes. Isso pode ser comprovado nos trechos exibidos abaixo:

(...) essa minha pesquisa ela foi publicada em livros, né, então, eu vi quem é que está comprando livro, quem posta o livro, né, e acaba fazendo algum link e aparece para mim, aí eu vou ver qual o perfil da pessoa, o que ela faz; meio que para entender o interesse dela, né, o porquê ela chegou. E aí isso me ajuda a criar serviços para o tipo de público. (E6 – representante da Julia Vidal).

Através delas a gente consegue, como eu já mencionei, saber, quando vai fazer uma ação da incubadora, quantas pessoas vão, se tem um *feedback*, o que as pessoas acharem, a gente monta os formulários pelas redes sociais. A gente conta as pessoas, a gente conta esses agentes culturais pelas redes sociais. Então, elas têm um papel preponderante e uma resposta muito eficaz em entender o que está dando certo e do que está dando errado. (E8 – representante da Ponte Plural).

As redes sociais tem suma importância para o reconhecimento institucional das empresas, pois contribuem como sendo um veículo de propaganda das marcas. Os trechos abaixo indicam isso:

Mais o reconhecimento institucional, de marca, né, ele não vem tão palpável assim. Às vezes vêm, algumas cotações via *Facebook* e tal. Mas o conhecimento da marca. (E7 – representante da Mob Content).

O *Facebook* é a principal rede de fluxo para plataforma, então, muito das pessoas que chegam e conhecem a Benfeitoria, conhecem das redes sociais. (E4 – representante da Benfeitoria).

Outro quesito importante dessas redes é que elas atuam como fonte para novos colaboradores para novos projetos, porque a partir da rede social outras pessoas irão conhecer e se interessar por serviços e propostas oferecidos pela empresa. Os trechos abaixo corroboram com tal afirmação:

(...) e o principal local onde eles vão buscar atingir o seu público alvo e colaboradores são dentro de redes sociais. Então eles vão lá, falam do seu projeto, compartilham o link e as pessoas que tem interesse naquele projeto clicam nesse link e chegam até o projeto para contribuir. Então por isso têm uma contribuição enorme as redes sociais porque é a principal fonte de colaboradores para os projetos. (E4 – representante da Benfeitoria).

(...) das pessoas que trabalham com a mesma coisa; isso é muito bom para novos trabalhos, novas parcerias (...). (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Por último, as redes sociais são importantes para divulgação do trabalho desempenhado pelos entrevistados, já que é possível pesquisar sobre quais ações estão sendo desenvolvidas pelas empresas de economia criativa. A seguir, as falas dos entrevistados apresentam essa confirmação:

Instagram, Facebook, Twitter. Essas três. São elas que promovem o nosso trabalho. Na verdade elas que comprovam as campanhas que estão no ar, promovem o conteúdo dos artistas... Promoção. (E5 – representante da Embolacha).

É a divulgação. As pessoas entram em contato conosco, já sabendo o que elas vão encontrar. Sabem o tipo de trabalho que a gente faz. (E9 – representante da Rios de História).

O quadro 21 apresenta a síntese da importância das redes sociais para as empresas:

Quadro 21 – Síntese da subcategoria de análise importância das redes sociais

Subcategoria	Síntese
Importância das redes sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Facilita a comunicação com clientes e empresas do setor de economia criativa; - Auxilia na execução do trabalho; - Proporciona o reconhecimento institucional; - Fonte de colaboradores para projetos criados; - Divulgação dos trabalhos.

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o quadro e os diálogos dos sujeitos entrevistados, fica evidente a relação do trabalho com as redes sociais e os impactos causados por ela no ambiente laboral. A tecnologia da informação vem possibilitando diversas vantagens para as empresas, como a rapidez no processamento da informação, automatização da tomada de decisões e desaparecimento da distância devido às transações ocorrerem no espaço virtual. Contudo, também é preciso referenciar a relevância do fenômeno da globalização com relação à atuação das empresas. Para Castells (2009), a globalização é uma das mudanças que mais tem afetado a forma como as empresas realizam transações comerciais. Desse modo, são observados fluxos de ideias, informações, pessoas, capital e produtos que ultrapassam as fronteiras

nacionais. Além disso, para o autor, a internet vem possibilitando um conhecimento mais profundo sobre o produto e/ou serviço, aumentando a competitividade entre as empresas.

Sobre a **relação do trabalho com a nova prestação de serviço** foi possível reconhecer que as empresas estão preocupadas com o viés da sustentabilidade, isso porque estão buscando desempenhar o seu trabalho com consciência e preocupação de procurar fazer com que seu trabalho produza cada vez menos danos ao meio ambiente. Isso é exposto nos trechos a seguir:

Também tem essa inovação e a questão da sustentabilidade. Ambiental essa preocupação que é muito forte; tem desde a construção do espaço em que aqui eu chamo de atelier verde que é onde eu faço a parte mais de criação; que a gente tem reaproveitamento de chuva, a gente tem a parte externa toda com iluminação de energia solar. Tem uma parte que é toda de tinta natural, então, foi feito um estudo com desenvolvimento de tingimentos em que a gente reduziu em 90% o químico, né, porque os aditivos químicos vão para a água, né, depois são descartados em rios e etc. A indústria da moda ela é bem tóxica para o ambiente. Então, tem essa parte dessa consciência ambiental que é uma inovação, também, que os produtos, de um modo geral, têm sempre essa poluição. (E6 – representante da Julia Vidal).

Nós somos hoje a única plataforma que reúne oferta de Ecoturismo do mercado. (E1 – representante da e-Trilhas).

Outro fator preponderante de inovação é ofertar serviços, como cinema e música, com baixo orçamento no mercado. Isso é apresentado nos trechos abaixo:

A gente foi uma das primeiras empresas a fazer cinema com baixo orçamento, esse era o nosso grande diferencial. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

É pegar músicas que já estão disponíveis de uma série de pessoas que fazem música no Brasil, e disponibilizar essas músicas no mercado a preços competitivos através de uma plataforma, isso é inovador, isso não tem nenhuma empresa de capital nacional fazendo isso, algumas empresas estrangeiras fazendo isso, essas empresas nacionais que fazem isso não fazem da forma que a gente faz, então nesse sentido o nosso modelo é inovador. (E10 – representante da Rumori).

Outro quesito de inovação é o oferecimento de serviços culturais em região periférica, que consiste em ser em áreas fora da zona sul da cidade do Rio de Janeiro e que também não seja focada apenas no Centro da cidade. Abaixo, o seguinte trecho aponta com tal afirmativa:

Inovação eu acho que no nosso caso o que fica de inovação é justamente mostrar que na região periférica do Estado do Rio é possível você também ter mercado de trabalho profissional. Qualitativo, de impacto, com formação de empregabilidade, renda, oportunidade, qualidade de vida para população. Eu acho que a nossa inovação está aí. O que está faltando agora é mais investimento dos setores público e privado pra que ações e instituições como a nossa cada vez se desenvolvam mais nas regiões sem ser do Centro/Zona Sul do Rio. A gente enxerga que o mercado é grande. Há espaço para todo mundo. (E2 – representante da Encontrarte).

A realização de financiamento coletivo também esteve presente na fala dos entrevistados no que se refere à inovação, uma vez que ultimamente se tem verificado a criação de plataformas para captar recursos financeiros a projetos. Os trechos abaixo indicam essa inovação:

A gente está utilizando modelo de negócio de gravadora através do sistema de financiamento coletivo. Essa eu acho que é a grande inovação. (E5 – representante da Embolacha).

Então, desde quando a gente lançou a plataforma, foi a primeira plataforma de financiamento coletivo voltado especificamente para projetos de impacto. A primeira plataforma do mundo a não cobrar uma comissão definida de projetos, ou seja, todas as plataformas atuam da seguinte maneira de financiamento coletivo, você envia o seu projeto, se você consegue captar a plataforma fica com um percentual dessa comissão do valor. E o que a gente faz é não deixar um valor fixo e sim deixar aberto pra que o próprio cliente defina quanto que ele quer pagar. (E4 – representante da Benfeitoria).

Por fim, a capacitação profissional também aparece nas falas dos entrevistados como quesito de inovação, uma vez que as empresas estão cada vez mais procurando oferecer e desenvolver serviços de acordo com os desejos e perfil do cliente. Os trechos a seguir observam essa comprovação:

Bom... de inovação, ele faz um trabalho de uma ação mais segmentada, focada em pesquisa e em capacitação. A gente tem um tipo de capacitação que ele é feito depois de uma pesquisa muito segmentada, a gente não joga uma capacitação no mercado. (E8 – representante da Ponte Plural).

Inovação é a qualidade cultural dos guias que atendem. Então, assim, os guias foram treinados por mim e pela minha ex-sócia e a gente tentou colocar nesses guias uma visão profissional acima da média e eles têm que ter contato e conhecimentos gerais com o cliente e estarem preparados para atender mais do que um guia convencional. (E9 – representante da Rios de História).

O quadro 22 apresenta a síntese da relação do trabalho com a inovação:

Quadro 22 – Síntese da subcategoria de análise relação do trabalho com a inovação

Subcategoria	Síntese
<p align="center">Relação do trabalho com a nova prestação de serviço</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupação com o meio ambiente e a sustentabilidade; - Oferecimento de serviços em região periférica; - Promoção de serviços com baixo orçamento; - Implementação de intervenções artísticas de grande porte; - Criação de sistemas de financiamento coletivo; - Absorção de novas formas de consumo de mídia; - Desenvolvimento de capacitação profissional.

Fonte: Elaboração própria.

E acordo com o quadro analisado e as falas dos sujeitos entrevistados, foi possível perceber que as empresas buscam estar sempre inovando. O ator de inovar também tem relação com o processo de criação. A criatividade faz com que pessoas, firmas e regiões possuam características únicas. Jäger (2014) pondera que a criatividade é essencial para a atividade humana, podendo ser considerada o principal ativo intangível capaz de criar algo novo, inovador e valioso. Essas características também são importantes para as soluções de problemas e para a criação de novos produtos e processos. Ela está intimamente ligada à inovação, ela é o elemento central no processo de fazer algo novo que possua mercado (JÄGER, 2014). Para a inovação, a criatividade é mais do que o elemento central, é a ignição do processo, ou seja, é o que dá início a todo processo inovativo.

4.4 Dimensão legal

No que se refere à **existência de legislação específica para o trabalho realizado** foi possível observar a presença de contratos para prestação de serviços diversos, como de passeio turístico, até mesmo de sonorização e produção de som. Os trechos a seguir exemplificam a afirmação:

É o nosso contrato social. Ele meio que pega todas as atividades do setor, do setor de artístico, digamos assim, em geral, é... Que tenha a ver com música, com som, justamente porque não tem um aspecto, não tem um aspecto contábil, ou um aspecto da receita, com os códigos da receita, ou os códigos municipais de atividade serviços, alguma coisa que seja muito o serviço que a gente, então aquela lista é meio, é bem mal feita, então nesse quesito a gente fica juridicamente desamparado nos termos na hora de fazer um contrato de serviço. (E10 – representante da Rumori).

Os aspectos legais são focados em, por exemplo, num *tour* você tem que fazer exclusivamente com um guia turístico oficial, esse é o ponto. Você não pode fazer um **tour** com pessoas que não sejam guias turísticos. (E9 – representante da Rios de História).

Leis de incentivo à cultura também estão presentes na legislação que ampare o trabalho dos entrevistados, como as Leis Rouanet e outras leis a nível municipal e estadual. Os trechos, a seguir, indicam a existência dessas leis:

As legislações que existem são só estadual e federal. A Rouanet, Federal e a lei ICMS estadual. A gente vem em uma luta aí para tentar disseminar a questão das leis municipais: ISS, que hoje só o município do Rio possui. Os outros municípios do Estado não possuem a Lei de ISS pra incentivo para área deste segmento de economia criativa. (E2 – representante da Encontrarte).

E a gente tem, assim, busca programas de apoios a inovação, né. Economia criativa etc. o próprio Rio Criativo a gente participou do Inovativa, que é outra aceleradora que a gente participou, que é do governo federal. A gente tem o apoio formal de uma série de intuições, desde a FIRJAN, Rio Tur, Prefeitura do Rio, Secretaria de Cultura, e NEPAC, apoio de laboratório de pesquisa. (E7 – representante da Mob Content).

O conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa física ou jurídica criadora da obra intelectual, também chamado de direito autoral, também está presente como legislação para os trabalhadores do setor de economia criativa. Os trechos abaixo apontam essa questão:

Direito autoral. Nosso advogado se especializou nisso, justamente por causa do nosso trabalho; ele era advogado trabalhista. Assim, fazer contratos para cinema é muito específico, fazer contrato... Por exemplo, fazer fotografias em cima do trabalho de outros artistas; então, o meu trabalho está sempre atrelado ao trabalho de outro artista e aí todas as vezes que eu vou fazer uma exposição, que eu vou fazer alguma coisa relacionada ao meu trabalho, eu tenho que estar negociando com outras pessoas também. Então, assim, direito autoral, fato. É caríssimo. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Nenhuma que não seja da indústria como um todo. Que é a propriedade intelectual, que vê através dos meios de marca, enfim, de argumento, e de é... Enfim, de registro de propriedade. A gente tem algumas, deve ter mais de dez marcas registradas hoje. É... Patente não se aplica a nós, somos uma empresa de tecnologia, até então agora a gente não usou patente. (E7 – representante da Mob Content).

A utilização de termos de uso está presente no dia a dia de trabalho dos entrevistados, uma vez que esse termo trata de um documento que traz em seu texto as condições e regras para que um usuário do site ou aplicativo possa utilizar o serviço que está sendo oferecido. A seguir, os trechos apresentam a utilização desses termos:

Principalmente pra parte de *mobile* a gente tem que seguir termo de uso. (E1 – representante da e-Trilhas).

Termos de uso no nosso site. A gente tem... O usuário quando submete uma campanha lá no nosso site, ele já automaticamente está de acordo com os nossos termos de uso. (E5 – representante da Embolacha).

Entretanto, ainda que existam leis para o trabalho realizado, foi observado nas falas de alguns entrevistados o desconhecimento de leis específicas que amparem suas atividades, e até mesmo a não existência de legislação. Isso pode ser verificados nos trechos abaixo:

Então, muito pouco tem uma legislação específica para financiamento coletivo hoje no Brasil. Hoje a gente está um pouco mais confortável porque já existem pesquisas específicas falando sobre quais são as questões que o financiamento coletivo hoje está isenta de se misturar dos serviços bancários, por exemplo. Então, hoje a gente não tem uma legislação tão clara ou bem robusta em relação à área que a gente trabalha. Então eu diria que a gente ainda não está muito evoluída nesse quesito. (E4 – representante da Benfeitoria).

Eu estou investindo em pesquisa e uma capacitação que é mais específico assim. Não tem uma legislação específica para isso não, para aplicativo e nem para capacitar em rede não. (E8 – representante da Ponte Plural).

O quadro 23 apresenta a síntese da existência de legislação específica para o trabalho realizado:

Quadro 23 – Síntese da subcategoria de análise existência de legislação específica para o trabalho realizado

Subcategoria	Síntese
<p>Existência de legislação específica para o trabalho realizado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Legislação para contratos de prestação de serviços; - Leis de incentivo à cultura; - Leis de direitos autorais; - Estabelecimento de termos de uso; - Legislação para profissionais de Turismo; - Ausência ou desconhecimento das leis para a área de trabalho realizado.

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com a análise das falas dos entrevistados e o quadro, ficou evidente a ausência de legislação específica que ampare o trabalho dos sujeitos, ainda que existam leis de incentivo à cultura, de propriedade intelectual, de prestação de serviços e estabelecimento de termos de uso. Segundo Barbosa (2011), quando se considera a disseminação do discurso de responsabilização dos indivíduos pela sua condição de empregabilidade, fica evidente, que o discurso se personifica na figura do empreendedor de si mesmo sem amparos de legislação específica para o trabalho que realiza. Embora, de acordo com Reis (2008), a economia criativa explore direitos de propriedade intelectual com vistas à geração de trabalho e renda, a crítica que Barbosa (2001) realiza, baseado no enunciado de empreender, refere-se às propagações desses discursos que não objetivam apenas a tentativa de constituir um novo tipo de trabalhador, mas acima de tudo um novo tipo humano, o qual é mais afeito e adequado aos

riscos característicos de uma economia global sujeita às instabilidades dos mercados financeiros e à insegurança social e ontológica provenientes de uma situação de precarização de direitos sociais vinculadas à condição de assalariamento e de uma redução ao status de cidadania quase que exclusivamente à capacidade de tornarem-se consumidores.

Sobre as **formas de contrato de trabalho** foi possível constatar que há o estabelecimento de contratos temporários baseados em projetos. Isso é evidenciado nos trechos abaixo:

Contrato temporário. E é isso. Hoje é isso. Hoje a gente não tem CLT, por enquanto. (E2 – representante da Encontrarte).

Tudo é por projeto, nada é fixo, assim. A gente não tem um projeto da empresa que nos prenda a um cliente por anos. É por projeto. O que não significa que a gente não tenha trabalhado mais de uma vez com um cliente, isso acontece, óbvio, mas cada caso é um contrato. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Entretanto, apenas um entrevistado relatou que em sua empresa há a contratação por prazo indeterminado proporcionado aos funcionários a escolha de trabalhar com carteira assinada. Isso é destacado no trecho a seguir:

A gente tem uma estrutura bastante flexível nesse sentido, como eu disse a gente trabalha com os principais valores de confiança. Então, a gente oferece a oportunidade para que os colaboradores eles optem na entrada por modelo tanto de carteira assinada, MEI ou terceirizado. Tem gente que prefere receber como empresa, mas a gente oferece essa possibilidade de carteira assinada também. (E4 – representante da Benfeitoria).

Há também a contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços dos trabalhos realizados. Nota-se nas falas que não existe outra de ratação que não seja como empresa. Isso é observado nos seguintes trechos:

Hoje em dia são todas contratadas como pessoas jurídicas, somente alguns têm valores fixos mensais, outras pessoas trabalham por hora, outras pessoas por projeto. (E7 – representante da Mob Content).

A gente contrata em empresa. A gente faz contrato direto por empresa, a gente emprega sempre por nota fiscal. (E8 – representante da Ponte Plural).

Não obstante, constata-se ainda apenas contrato de trabalho terceirizado, uma vez que a intermediação é feita de uma empresa para outra empresa. Isso é observado na fala dos entrevistados:

Nenhuma empresa de receptivo tem contrato de trabalho. São todos terceirizados (...).(E9 – representante da Rios de História).

Então, é uma empresa que presta serviços pra gente, e essa empresa pode prestar um serviço que muitas vezes é parte da nossa atividade fim, né. Então, vamos supor, eu tenho que fornecer uma música, eu tenho que fornecer 60 músicas para o cliente, e eu só consigo produzir com os meus sócios, colaboradores, eu consigo produzir trinta, então outras trinta eu vou utilizar os colaboradores que não da minha empresa, e aí eu contrato esses colaboradores. (E10 – representante da Rumori).

Por último, é verificado a ausência de contratação formal. Nota-se a contratação realizada de forma informal, sem devido amparo das leis trabalhistas. Os trechos, a seguir indicam apresentam essa questão:

Informal (...). De segunda a quinta ele tem um expediente de quatro horas. Não tem carteira assinada não. (E5 – representante da Embolacha).

Então, a gente não costuma contratar prestador de serviço, é... Assim... Por contrato de CLT não, a gente nunca teve nenhum contratado de CLT aqui. (E10 – representante da Rumori).

O quadro 24 apresenta a síntese das formas de contrato de trabalho vigentes em cada empresa:

Quadro 24 – Síntese da subcategoria de análise formas de contrato de trabalho

Subcategoria	Síntese
Formas de contrato de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato de trabalho temporário; - Contrato de trabalho por prazo indeterminado; - Contratação de pessoa jurídica; - Contrato de prestação de serviços terceirizados; - Contratação informal por meio de valores de confiança.

Fonte: Elaboração própria.

Conforme o quadro indica, e os trechos apresentados também apontam, que apenas uma empresa, das dez estudadas, oferece ao trabalhador a oportunidade de se trabalhar com carteira assinada. Quanto as demais formas de contratação verifica-se o contrato temporário, de prestação de serviço, via apenas pessoa jurídica, e o terceirizado. Com o advento da flexibilização, da automação, da reestruturação produtiva e da mudança do paradigma da produção ressalta-se que a avaliação da repercussão que estas modificações produzem sobre o mercado de trabalho e a classe trabalhadora é necessária (MIRANDA; ARAÚJO, 2006). Para as autoras, uma das consequências imediatas foi a redução do emprego regular e o aumento do trabalho temporário, subcontratado, terceirizado e, logicamente, a diminuição da segurança no emprego, o vulnerabilizando e pondo em pretexto a proteção e garantia dos direitos dos trabalhadores, o que implica em fragilização do tecido social.

Ao analisar os **tipos de remuneração** foi possível especificar que os honorários ocorrem de acordo com os resultados apresentados pelos funcionários. Logo, se o indivíduo não produzir não existirá remuneração. Isso fica evidente nos trechos abaixo:

No começo as três faziam tudo juntas, então, era tudo dividido por igual, os lucros. Agora, como ela foi embora, eu trabalho, eu ganho. Ela só ganha quando ela está trabalhando aqui, quando ela vem e faz parte do projeto, senão ela não ganha. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Toda última semana do mês eles recebem referente ao mês que trabalhou. (E4 – representante da Benfeitoria).

Nota-se também a remuneração baseada por projetos, uma vez que o trabalho vem sendo definido pelo surgimento de projetos que as empresas de economia criativa estão desenvolvendo. Isso pode ser visto nos seguintes trechos:

Ocorre em cima de projetos. Vai de projeto em projeto. A gente trabalha bastante com projeto de lei de incentivo e acaba tendo algumas contratações de consultoria para projetos e aí nós somos contratos por consultoria e contratados pela gestão de

projetos e por esses projetos é que acontece a remuneração. (E8 – representante da Ponte Plural).

A gente acaba tendo um mensal porque é produção contínua, né. Mas, a gente trabalha por projeto, agora a gente vai produzir tantas peças e aí ele é por linhas de produção. A gente vai produzir essas trinta peças. Aí acabou. Eu vou renovar quando eu for fazer outras peças. A gente acaba tendo um fluxo mensal ou bimensal, aí depende. (E6 – representante da Julia Vidal).

No que tange a parte societária das empresas estudadas, algumas também remuneram base em pró-labore, uma vez que essa forma de remuneração na remuneração dos sócios por atividades administrativas. Essa afirmação fica evidente nos trechos abaixo:

A gente tem um pró-labore. Um pró-labore que é um valor fixo. (E10 – representante da Rumori).

Da parte societária é dividido por igual. Quando chega a questão do lucro por projeto. Sendo que uma parte vai também para empresa, para os custos administrativos para funcionamento da empresa. (E2 – representante da Encontrarte).

Por fim, fica evidenciada também a remuneração via pessoa jurídica, já que na forma de contrato de trabalho também foi destacado a presença de empresas realizando o trabalho. Essa afirmação é destacada nos trechos a seguir:

Pagamento via pessoa jurídica, emissão de nota fiscal e aí a gente paga. (E7 – representante da Mob Content).

A gente paga uma diária e eles recebem pelo MEI (micro empreendedor individual). (E9 – representante da Rios de História).

O quadro 25 apresenta a síntese dos tipos de remuneração existentes em cada empresa:

Quadro 25 – Síntese da subcategoria de análise tipos de remuneração

Subcategoria	Síntese
Tipos de remuneração	<ul style="list-style-type: none">- Baseada na participação nos lucros da empresa;- Remuneração por projeto;- Rendimento mediante pró-labore;- Remuneração por resultados;- Pagamentos à pessoa jurídica;

Fonte: Elaboração própria.

Como foi possível perceber, de acordo com o quadro e os diálogos dos entrevistados, verifica-se que a remuneração pode ser instável e não ocorre de maneira fixa por mês, uma vez que também é baseada em projetos e de acordo com os resultados obtidos pelos funcionários. Em termos salariais, esses profissionais ganham menos do que os trabalhadores em categorias ocupacionais comparáveis no que se refere a capital humano: qualificação, experiência, posição hierárquica (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011). Além disso, as curvas de ganho são muito discrepantes, tendendo a uma distribuição salarial bastante desigual (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011). No geral, predomina uma forte cultura de flexibilidade e uma organização do trabalho baseada em projetos.

Com relação às **assessorias financeira, jurídica e de comunicação** foi possível ponderar que essas consultorias proporcionaram suporte administrativos às empresas no período que estavam incubadas, capacitando os indivíduos por meios de oficinas e

oferecimento de cursos, e prestando auxílio de planejamento financeiro. Os trechos, a seguir, apontam essas assistências:

A gente, primeiro, teve alguns cursos que foram bem interessantes: gestão de tempo, gestão estratégica, gestão financeira e tal, e a partir desses cursos a gente identificava alguma deficiência que a gente considerava que tinha. Foi ótimo, porque ela demonstrou várias coisas que a gente deveria mudar na firma, na forma que a gente cobrava nossos clientes, na forma que a gente pensava os nossos recebimentos, na forma que a gente prospectava as nossas metas, na forma que a gente mensurava. (...) os nossos lucros por serviço, enfim ela fez uma evolução assim na forma da gente pensar a parte toda financeira da empresa, isso foi a partir das consultorias dela. (E10 – representante da Rumori).

Tivemos alguma assessoria, como se fosse uma psicóloga de empresa, mas para o lado “*coaching*”. Nessa que a gente detectou que eu e meu antigo sócio tínhamos objetivos diferentes... E se eu tenho algum ponto pra dizer do Rio Criativo foi isso. Assim, ele fez com que a gente botasse a Embolacha no rumo certo, entendeu?! (E5 – representante da Embolacha).

Com relação à assessoria de comunicação, foi possível identificar que houve assistência de comunicação empresarial, pois as empresas precisavam estabelecer as melhores formas de comunicação com clientes para ganhar notoriedade no mercado e consolidar cada vez mais a marca. Os trechos a seguir corroboram com tal afirmação:

A gente usou para conseguir ganhar repercussão dos projetos que a gente estava fazendo, então com isso a gente conseguiu ter muita visibilidade nos projetos que a gente estava lançando, principalmente foi o Rio + que foi o projeto que a gente fez enquanto a gente estava incubado, então deu uma repercussão muito boa. (E4 – representante da Benfeitoria).

A comunicação a gente refez toda a remodelação da marca. A gente usava uma marca a maios ou menos uns cinco seis anos e a gente aproveitou a mudança e remodelou. Fez uma reforma da marca e fez uma reforma do site também. Remodelou a marca da instituição toda. (E2 – representante da Encontrarte).

A assessoria jurídica proporcionou amparo no momento de elaboração de contratos e auxílio na reestruturação societária das empresas que estavam incubadas. Os trechos, a seguir, apontam essas questões:

Na parte jurídica a gente usou para fazer o documento da reestruturação societária que no início de falei. E usou para fazer a parte da inscrição no INPI, que a gente já foi aprovado. A marca é nossa. Quem usar o nome Encontrarte para qualquer coisa a gente está podendo multar ou processar. Já é nossa. (E2 – representante da Encontrarte).

A jurídica os advogados ajudaram a gente a desenvolver os contratos. (E1 – representante da e-Trilhas).

Todavia, apesar de terem sido oferecidas essas assessorias, os entrevistados relataram que houve ausência de *feedback*, porque o Rio Criativo não acompanhou a evolução das empresas. Isso fica evidente nos seguintes trechos:

O que eu achava era, assim, que não existia do próprio Rio Criativo um acompanhamento da evolução da empresa, até porque ocorreram mudanças de gestão. (E9 – representante da Rios de História).

a gente tem um CNPJ misto de ser empresa e associação, tinha essa possibilidade ou a gente tem Ponte Plural empresa e Nós de Rede Associação, mas, na época não se chegou a uma conclusão; acabou que eles não conseguiram trazer essa resposta para gente de como fazer isso. (E8 – representante da Ponte Plural).

O quadro 26 apresenta a síntese das assessorias financeira, jurídica e de comunicação oferecidas pelo Rio Criativo:

Quadro 26 – Síntese da subcategoria de assessorias financeira, jurídica e comunicação

Subcategoria	Síntese
Assessorias financeira, jurídica e de comunicação	<ul style="list-style-type: none">- Suporte na área administrativa;- Auxílio no processo de comunicação empresarial;- Promoção de assistência jurídica às empresas;- Ausência de <i>feedback</i> sobre a atuação da empresa.

Fonte: Elaboração própria.

Segundo os diálogos apresentados pelos entrevistados e de acordo com o quadro analisado, a existência de uma incubadora é de suma relevância para o desenvolvimento de empresas pertencentes ao setor de economia criativa. Para Steffen (2013), o Brasil, apesar de crescer a ponto de se tornar a quinta maior economia do mundo, não consta sequer entre os vinte maiores produtores em economia criativa no mundo. Ainda para o autor, uma das possíveis formas de mudar este quadro é através de incubadoras empresariais, que com apoio estrutural e formação gerencial, permite aos empreendedores em economia criativa desenvolverem com maior segurança seus modelos de negócios.

4.5 Dimensão individual

Quanto à **trajetória profissional** dos sujeitos entrevistados foi possível verificar que a maioria dos entrevistados tinha formação em cursos de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, como Comunicação Social, Direito, Administração, Turismo, Jornalismo, Administração e História. Os trechos, a seguir, apontam essas formações:

Eu sou administrador, formado em 1994. E em 2009 eu fundei a Rios de História. Eu sou formado em História, porém não leciono e nessa mistura de Administração com História é que serviu como base para andamento da empresa que faz trabalho turístico no Rio de Janeiro. (E9 – representante da Rios de História).

Eu sou formada em Turismo. Há muitos. (E1 – representante da e-Trilhas).

Apenas dois dos entrevistados tinham formação técnica em áudio e em música. Os trechos abaixo relatam essa informação:

Nessa área de áudio, depois de ter feito um esforço na área técnica de áudio. E... e segui direto na área de áudio e de audiovisual, né. Eu não cheguei a fazer nenhuma graduação voltada pra isso. (E10 – representante da Rumori).

Eu sou músico, produtor de estúdio. Não sou formado. Eu fiz Comunicação Social na UFRJ, mas não concluí o curso. (...) Tenho apenas formação técnica em música. (E5 – representante da Embolacha).

Alguns dos entrevistados também explanaram que possuem experiência de trabalho na área da cultura, como em órgão do governo e projeto de música. A seguir, os trechos evidenciam essas experiências:

Com a minha formação em Direito, eu trabalhei um pouco com patente de medicamentos, mas fui migrando, aos poucos, para o setor da cultura muito por conta da minha sócia, porque quando surgiu o setor de economia criativa no SEBRAE, surgiu a Rede Rio Música. (...) a minha sócia começou a atuar de forma bastante ativa na Rede Rio Música, que basicamente consistia em juntar agentes da música, pensar algumas ações ali e pela rede de música eles começaram a viajar para alguns festivais. (E8 – representante da Ponte Plural).

Trabalhei já em setor público. Em Secretaria de Turismo. (E1 – representante da e-Trilhas).

Outros entrevistados apontaram que também já tiveram atuações de trabalho em empresas multinacionais antes de atuarem em empresas de economia criativa. Os trechos, a seguir expõem isso:

Trabalhei na GlaxoSmithKline, na Gilette, na GlaxoSmithKline, na... Ô meu Deus, a outra... Procter & Gamble. Trabalhei muito tempo na área de controladoria. E desde 2004 eu trabalhei, basicamente, na área de planejamento de vendas e marketing. (E9 – representante da Rios de História).

Me inscrevi para uma vaga de estágio que abriram na Coca-Cola e na Coca eu trabalhei durante oito anos e saí só para fundar a Benfeitoria. E acho que um pouco da minha trajetória foi modificando para algo relacionado à inovação e empreendedorismo, mas relacionado a algo com impacto né, ou seja, algo que expressa a visão de mundo no nosso próprio negócio. E aí foi um salto de sair da Coca-Cola para empreender como modelo. (E4 – representante da Benfeitoria).

Por fim, alguns dos entrevistados relataram que também desempenharam trabalho voltado para área artística, como a função de ator de teatro e fotografia de arte urbana. Abaixo, as falas dos entrevistados listam essas atividades:

Há dez anos desenvolvo um trabalho especialmente voltado para a arte urbana, dedicada à construção de um acervo fotográfico de intervenções artísticas realizadas em espaço público, e nas quais poucas pessoas tenham acesso. (...) atuo periodicamente como fotógrafa e produtora em eventos, mostras e projetos de artes visuais no Rio de Janeiro. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Ator e produtor. Retirei meu registro pelo sindicato dos artistas. Também fiz Escola Nacional de Circo. Na verdade eu já trabalho com isso há vinte anos. Depois na questão da formação de ator eu tive um grupo de teatro que teve onze anos de existência. Nesse tempo a gente rodou o Brasil inteiro fazendo espetáculos. Aí depois eu fundei a Encontrarte. Fiquei mais voltado para produção, mas há um ano e pouco eu voltei a atuar. (E2 – representante da Encontrarte).

O quadro 27 apresenta a síntese da trajetória profissional dos representantes das empresas:

Quadro 27 – Síntese da subcategoria de análise trajetória profissional

Subcategoria	Síntese
Trajetória profissional	<ul style="list-style-type: none"> - Formação em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas; - Formação técnica de áudio e audiovisual; - Experiências profissionais na área da cultura; - Atuação profissional em multinacional; - Realização de trabalhos na área artística.

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o quadro exposto e os trechos exibidos, a trajetória profissional dos entrevistados é cercada de experiências de trabalho ligadas à cultura e a área artística, que se relacionam com o setor de economia criativa. A economia criativa, que despontou como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, tem forte conteúdo de intangíveis e requer habilidades da força trabalho, de acordo com Freitas et al. (2014), além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos. Segundo a UNCTAD (2010) as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais *inputs*. Tais atributos e características a fazem integrante da economia do conhecimento. A categoria, portanto, abrange mais que apenas setores tipicamente culturais, ligados à sujeitos com formação em produção artístico-cultural, como, por exemplo, música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema. Mas compreende outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, a indústria de conteúdos, do *design* à arquitetura, entre outros (UNCTAD, 2010).

Em relação ao **perfil do empreendedor da área** foi possível perceber que o sujeito precisa ter habilidade e conhecimento em gestão para atuar dentro da economia criativa. Isso fica evidenciado nos trechos abaixo:

São as funções básicas de produção... Enfim, é atendimento, transparência, basicamente são essas coisas, relacionamentos, networking e conhecimento de experiência no mercado fonográfico. (E5 – representante da Embolacha).

Assim, pra se tocar a empresa você tem que se fazer tudo de tudo. Eu acabo botando um foco maior no que eu não sei fazer, que é administrativo, gerenciamento de projeto, que eu acabo botando mais foco nisso, o resto vai sai mais natural, comercial negócio que sai muito natural pra mim, marketing também sai mais natural. É... Mas no final das contas você tem conhecimento de tudo, ter um conhecimento básico de tudo. Um negócio que cresce em escala você tem que contratar pessoas, né, mas quanto mais você contrata pessoas você tem que saber que a pessoa tá fazendo pra gerenciar ela. (E7 – representante da Mob Content).

Além disso, precisa ter qualificação profissional para se destacar na área e para executar o trabalho que venha desenvolver. Os trechos, a seguir, evidenciam essa necessidade de ser qualificado:

Conhecimento técnico, que eu falo em cima daqueles dados que eu passei de conhecimento histórico, cultural, econômica. (E9 – representante da Rios de História).

Tem que ser bom, senão tu quebra. Tem que entender, no nosso caso, de tudo um pouco, como tu viu. Eu, além de ser a parte criativa da empresa, sou a parte administrativa. Se virando nos trinta. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Ter percepção de mercado também foi apontado nas falas dos entrevistados, pois é preciso ter conhecimento em fazer negócios e saber geri-los. Os trechos, a seguir, evidenciam essa questão:

Eu acho que tem que ter primeiro, uma boa visão de negócio, tem que entender do que a gente está fazendo, tanto do ponto de vista cultural, ou seja, qual a relevância cultural do que a gente esta fazendo para o mundo, porque eu acho que tudo que a gente ta buscando ser, relevante culturalmente falando, eu acho que tem que ter um pouco dessa visão geral. (E4 – representante da Benfeitoria).

Tem que entender, no nosso caso, de tudo um pouco, como tu viu. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Em todas as falas dos entrevistados, foi informado que é preciso ter perfil de empreendedor para atuar com economia criativa. Saber lidar com novos desafios e sempre procurar por em práticas novas ações foi relatado pelos entrevistados, conforme os trechos a seguir:

Realmente ser empreendedor. Ser proativo. Correr atrás. Fazer acontecer. Você tem que ser uma pessoa persistente. A parte burocrática. Correr atrás do comercial, do dia a dia. Sempre se atualizando e está por dentro do que está acontecendo na sua área. (E1 – representante da e-Trilhas).

(...) a outra coisa é o fato de estar disposto a encarar novos desafios. A ser empreendedor, de fato. Porque, na verdade, eu falei na nossa conversa o tempo todo o quanto é difícil empreender cultura e ainda mais empreender onde fica o gargalo dos negócios no Rio de Janeiro. Então, tem que ser determinado, obstinado. Ser teimoso em estar fazendo esse negócio. Se você não acreditar não vai não. (E2 – representante da Encontrarte).

Por último, compreender o perfil do consumidor que está absorvendo serviços oriundos da economia criativa também faz parte do tipo de trabalhador da área. O trecho, a seguir, evidencia essa afirmação:

(...) entender do modelo do mercado de financiamento coletivo e especificamente sobre outra área, sobre comportamento e perfil do consumidor de economia criativa. (E4 – representante da Benfeitoria).

O quadro 28 apresenta a síntese do perfil do trabalhador da área:

Quadro 28 – Síntese da subcategoria de análise perfil do trabalhador da área

Subcategoria	Síntese
Perfil do empreendedor da área	<ul style="list-style-type: none">- Tem conhecimento em gestão;- É interessado em economia criativa;- Apresenta qualificação profissional;- Mantém cordialidade nos relacionamentos interpessoais;- Possui percepção de mercado;- Dispõe de capacidade empreendedora;- Compreende o perfil do consumidor na economia criativa.

Fonte: Elaboração própria.

Por meio do quadro analisado e com os trechos dos entrevistados, é possível inferir que cada vez mais se precisa de um trabalhador qualificado e que tenha capacidade de empreender e saber como funciona o setor de economia criativa. Dessa forma, Miranda e Araújo (2006) refletem que, como resultado direto sobre a classe trabalhadora, têm-se modificações no perfil do trabalhador requisitado pelas organizações, onde a polivalência, habilidades, saberes, competências estão relacionadas com novas exigências para contratação. O aumento da exigência por qualificação, considerada responsabilidade pessoal e garantia para a empregabilidade e referenciada como resolução para os problemas relacionados ao mercado de trabalho, pode ser considerada uma saída tangível e suficiente para a inserção do trabalhador neste mercado, conforme as autoras.

A respeito das **relações interpessoais estabelecidas** foi possível evidenciar que há cordialidade nas relações criadas dentro do ambiente laboral que os entrevistados estão inseridos. Isso está exposto nos trechos abaixo:

Nunca discutimos também. Isso é uma coisa que eu sinto falta, às vezes. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Eu me preocupo com a satisfação das pessoas que fazem parte de toda a linha do começo ao fim (...). Então, a gente meio que acompanha também. (...) humanizar, a gente faz um trabalho que é humano, é imprescindível o lado humano da coisa. Eu sei que pela forma que eu conduzo, elas acabam humanizando, também, aquelas peças e o trabalho que elas estão fazendo; não fazendo de uma forma tão automática. (E6 – representante da Julia Vidal).

Além disso, há uma relação de proximidade entre os funcionários das empresas estudadas, visto que os entrevistados informaram que não existem apenas relações profissionais de trabalho, pois os foram construídos laços fora do ambiente laboral. Os trechos abaixo expõem sobre isso:

A gente tem muitas histórias dessa sensação de acolhimento que as pessoas sentem ao entrar na Benfeitoria e rapidamente estão alinhadas a todos do grupo a própria equipe de uma maneira geral. E acaba rolando muito mais do que só relação de trabalho né?! São relações que as pessoas acabam convivendo, às vezes uma vai morar com a outra, viajam juntas, a gente sai bastante então eu acho que isso é importante para o estreitamento das relações e dos laços. (...) não faz sentido você depositar a tua felicidade pessoal como responsabilidade de uma empresa, mas a gente entende que uma das principais questões relacionadas a isso é a gente criar excelentes relações com o trabalho e com as pessoas no trabalho. (E4 – representante da Benfeitoria).

É ótimo. Falar empresa dá uma impressão de um distanciamento, mas é muito pelo contrário. Quando você é empreendedor cultural, você não é uma grande empresa, você tem uma relação com quem você trabalha. Uma relação praticamente de amizade. (E8 – representante da Ponte Plural).

Outra relação encontrada, de acordo com as falas dos sujeitos, foi uma relação virtual, uma vez que não há o predomínio do contato presencial entre os indivíduos, pois eles podem realizar seus respectivos trabalhos em qualquer espaço físico que desejarem, incluindo suas residências. Os trechos abaixo mostram isso:

É muito tranquila. Na verdade a gente atua sempre online. Então, assim, é sempre muito fluida. (E1 – representante da e-Trilhas).

É boa. Não existe uma relação hierárquica tão forte assim. Procuro dar um máximo de flexibilidade de hora, de frequência, de trabalhar de casa, de chegar a hora que quer, sair a hora que quer, desde que esteja entregando, não tem problema. (E7 – representante da Mob Content).

Entretanto, também ficou evidente a presença de uma relação formal de trabalho, não sendo destacadas relações de proximidade no ambiente de trabalho. Nesse sentido, percebe-se uma contradição na fala dos sujeitos. Os trechos abaixo apontam essa afirmação:

Cara, eu sou, assim, da equipe aqui acho que eu sou considerado o mais durão da história. (...) mas eu sou o cara que mais cobro aqui. Cobro tempo, cobro hora, cobro tudo. (E2 – representante da Encontrarte).

(...) e é isso... mas é uma relação formal, uma relação profissional de trabalho. (E7 – representante da Mob Content).

O quadro 29 apresenta a síntese das relações interpessoais estabelecidas no ambiente de trabalho:

Quadro 29 – Síntese da subcategoria de análise relações interpessoais estabelecidas

Subcategoria	Síntese
Relações interpessoais estabelecidas	- Cordialidade nas relações; - Relações de proximidade; - Relações virtuais; - Relações formais.

Fonte: Elaboração própria.

Segundo o quadro analisado e as falas dos entrevistados, fica evidente a instauração de relações de proximidade e cordialidade no ambiente de trabalho, embora algumas sejam criadas apenas no espaço virtual. Com relação à grande distância observada entre os relatos de trabalhadores, a respeito do seu cotidiano e o discurso otimista, predominante na imprensa e em publicações de gestão de empresas, o qual enfatiza que, nos dias de hoje, o trabalho estaria se tornando mais humanizado (BERNARDO, 2006). Patias, Belato e Olea (2008) observam que a concepção central que permeia as ideias divulgadas é a da flexibilidade propiciada por novas formas de organização inspiradas no chamado modelo japonês ou toyotismo. Afirma-se que a flexibilização do trabalho estaria superando a rigidez do taylorismo-fordismo, possibilitando que o trabalhador deixe de ser apenas mais um recurso (PATIAS; BELATO; OLEA, 2008).

Por fim, ao analisar a **importância do trabalho** foi possível concluir que todos os entrevistados trabalham na área escolhida por eles e que isso se torna um fator de diferencial, já que tem pessoas que não podem escolher aonde almejam trabalhar. Os trechos abaixo apontam essa questão:

É essencial. Trabalho na minha área. Gosto muito do que eu faço. (E1 – representante da e-Trilhas).

Como eu costumo dizer, eu tenho privilégios. Novamente te digo, não é fácil você ser dono de um negócio. Vamos falar até um pouco de ideologia... Eu só faço o que eu gosto. Eu gosto só de trabalhar com música, gosto de trabalhar com arte, fotografia. E, realmente, a gente tem esse privilégio (...). A satisfação, assim, com a produtora é, realmente, de poder estar matando o nosso tempo, né. Porque o trabalho mata o nosso tempo. A gente está passando o nosso tempo fazendo o que a gente gosta. Isso não tem preço, assim, acho que é um privilégio. Tem muita gente infeliz aí trabalhando. (E3 – representante da Arissas Multimídia).

Outro fator relacionado com a importância do trabalho é o fato do trabalho realizado poder promover impacto social para a sociedade, fazendo com que suas atividades, no futuro, gerem um retorno positivo para a população. Os trechos abaixo explicam isso:

Na verdade é importância de vida. Porque, assim, hoje o sonho com quarenta anos é tentar fazer um espaço de criação e informação para deixar um legado. Porque se hoje eu não tiver uma preocupação de formar novos agentes para um setor dessa região aqui, muito provavelmente tudo que a gente fez fica esquecido. Com o tempo a gente tem a certeza da morte, né?! Não tem jeito. Então, se não deixar a plantação com semente a chance de ser esquecido lá na frente é muito grande. Principalmente quem investe fora do eixo do setor de investimento do Estado. É bem mais difícil. (E2 – representante da Encontrarte).

Então eu prefiro que o meu espaço de trabalho seja um reflexo de como eu sou e do que eu quero construir. (E4 – representante da Benfeitoria).

Também é verificado que o trabalho proporciona retorno financeiro para a vida e que ele é capaz de arcar com as despesas adquiridas. Isso é notado nos trechos a seguir:

O que paga as minhas contas eu gosto de fazer o que eu faço, não é um pesar trabalhar pra mim, eu gosto. (E7 – representante da Mob Content).

(...) ele me alimenta. (E5 – representante da Embolacha).

Por último, também predomina a centralidade do trabalho na vida dos entrevistados, uma vez que o trabalho também se torna uma condição de existência humana. Segundo os entrevistados, o trabalho é essencial, já que todos alegaram gostar de passar suas vidas trabalhando no que gostam, conforme os trechos abaixo:

Eu sou dono do meu próprio negócio e eu diria que quase o que eu faço sou eu. Eu me confundo com o meu trabalho completamente. (Embolacha).

Tem muito de pessoal, né. Eu busco separar, mas tem um impacto direto na minha vida porque é muito de mim, né. (...) são características da minha personalidade que eu vou trazendo para o trabalho. (E6 – representante da Julia Vidal).

Então, hoje, a Rios de História é como se fosse a minha vida, então, eu tenho que adaptar a Rios de História para o que eu quero em relação à minha vida. (...) não me vejo hoje voltando a trabalhar numa empresa como CLT, como funcionário. (E9 – representante da Rios de História).

O quadro 30 apresenta a síntese da importância do trabalho para o sujeito de cada empresa pesquisada:

Quadro 30 – Síntese da subcategoria de análise importância do trabalho

Subcategoria	Síntese
Importância do trabalho	- Atuação na área de trabalho escolhida; - Geração de impacto social; - Interesse pelo retorno financeiro; - Centralização do trabalho na vida pessoal.

Fonte: Elaboração própria.

Segundo o quadro analisado e os trechos apresentados, é possível refletir como o trabalho tem caráter principal na vida do indivíduo. Além disso, apresenta fator central na constituição da identidade do indivíduo. Percebe-se que é significativa a ideia de trabalho como satisfação e realização pessoal e profissional. Steffen (2013) aponta que a visão de mundo do indivíduo e a sua forma de ver e pensar o trabalho influenciam na sua centralidade. O modelo criativo influencia os jovens a produzir e compartilhar os resultados de seus trabalhos, que segundo o autor, proporciona vida, apropriação e transformação, como nas redes sociais. A produtividade e a dedicação estão associadas a recompensas: a autorrealização, o reconhecimento, a reputação e a contribuição para um bem em comum, fatores intangíveis se comparados à recompensa financeira. Ademais, Noronha e Barbosa (2016) também citam que o trabalho é o elemento central da vida humana.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a configuração do trabalho realizado nas organizações de economia criativa foi possível verificar o predomínio de atividades administrativas operacionais, desde o acompanhamento e elaboração de projetos, até mesmo responder *e-mails* e efetuar ações de controle financeiro ligadas a rotina de trabalho dos funcionários inseridos no setor. Percebeu-se que o desempenho do trabalho artístico, de fato, fica em segundo plano, uma vez que para a empresa funcionar é preciso cuidar da parte operacional de gestão.

Com relação à dinâmica do setor, de modo geral, a economia criativa apresenta-se como um modo contemporâneo de produzir na sociedade do conhecimento. Funde-se na lógica da diversidade cultural, onde o emprego das novas tecnologias, associadas ao conhecimento e à criatividade, favorecem trocas virtuosas entre seguimentos econômicos. Há abertura de espaço para o tratamento empresarial de setores emergentes que alimentam modelos de negócios inovativos e competitivos.

No que tange a dimensão organizacional dessas organizações, percebe-se que a existência de um espaço físico próprio e individual para realização do trabalho não vem sendo muito utilizado pelas empresas, já que ocorreu o surgimento de espaços compartilhados para realização do trabalho, o que promove maior interação das empresas situadas nesses *coworkings* e desenvolvimento de novas parcerias. Ademais, também foi possível evidenciar que determinadas tarefas são divididas coletivamente, ainda que em alguns casos essa divisão fique centrada apenas nos fundadores das empresas, incluindo também, nesse sentido, as tomadas de decisão.

A contribuição das tecnologias para desempenho do trabalho cada vez mais se torna relevante, isso porque fica quase impossível imaginar uma empresa sem recursos tecnológicos e também com escasso acesso à internet no ambiente laboral dos dias de hoje. O advento das redes sociais facilitou a divulgação das marcas, novas formas de relacionamento com o cliente e simplificação do acesso aos fornecedores. Graças às tecnologias da informação e comunicação é possível para o trabalhador executar seu trabalho e se comunicar com a empresa que presta serviço de qualquer espaço físico, desde que esse tenha acesso a internet.

A existência de legislações específicas para o trabalho realizado no setor de economia criativa também proporciona amparo legal às empresas, conforme as leis de incentivo à cultura. A grande maioria dos *sites* possuem termos de uso para que seus clientes possam usufruir de seus serviços. A lei de propriedade intelectual também apoia o trabalho dos profissionais. Todavia, não são todos que conhecem essas leis e em, em alguns casos, em quesitos específicos, não há legislação que ofereça suporte legal às empresas e seus funcionários.

As características dos profissionais que atuam na economia criativa são pautadas em trajetórias profissionais ligadas à área da cultura, além desses trabalhadores possuem formação em cursos de Ciências Sociais Aplicadas e Ciências Humanas. São sujeitos com fácil capacidade empreendedora e que estão sujeitos a correr riscos para implementar seus projetos, uma vez que esses detêm percepções de mercado e entendem sobre o perfil do consumidor de economia criativa. Além disso, nota-se nesses sujeitos a importância de atuar no que escolheu para trabalhar, já que o trabalho é elemento central em suas vidas.

No entanto, é possível observar que o setor ainda sofre escassez quanto ao levantamento de informações e dados que representem a economia criativa na sua complexidade. Nota-se certa deficiência no que se refere à orientação e articulação de políticas públicas que incentivem e fortaleçam os empreendimentos criativos. E por fim, o desafio de promover a criação de um conjunto de normas, leis e diretrizes apropriadas para regularem as atividades da economia criativa.

Nota-se também a diminuição do trabalho contratado e regulamentado, de matriz taylorista-fordista. Este trabalho por ser mais formalizado vem sendo substituído pelos mais distintos e diversificados modos de informalidade e precarização, como se pode verificar a existência de trabalhos terceirizados, informais, voluntários e o empreendedorismo. Percebe-se uma ampliação acentuada de trabalhos submetidos a sucessivos contratos temporários, sem estabilidade, sem registro em carteira, trabalhando dentro ou externamente ao ambiente produtivo das empresas, em atividades mais instáveis ou temporárias, ou até mesmo podendo ser na condição de desempregado.

A responsabilização dos indivíduos, as individualizações, os consultores, os parceiros, as metas, as competências, a participação no trabalho são questões que ocultam uma acentuada informalização e precarização do trabalho. Esses fatores estão relacionados com o advento da flexibilidade do trabalho, fenômeno este que interfere na desconstrução das leis trabalhistas, destruindo direitos conquistados pela classe trabalhadora.

Portanto, quanto a perspectivas futuras, cabe ressaltar que o desenvolvimento da economia criativa necessita de políticas públicas adequadas, que considerem a necessidade de linhas específicas de financiamento, de diferenciação tributária e de sistemas de normatização dos empreendimentos. Há urgência na melhoria do ambiente empresarial, com ferramentas e incentivos que atraiam profissionais e favoreçam a remuneração de bens simbólicos, intangíveis, lúdicos e imateriais. Ademais, outra questão que pode ser estudada e cada vez mais sendo criada é incubação de empresas inseridas no setor de economia criativa, para que após completarem o processo possam ser competitivas no mercado oferecendo serviços de qualidade e sendo crescentemente inovadoras. A continuidade da implementação do Rio Criativo, em específico as etapas de incubação dos empreendimentos criativos e da instauração do programa de qualificação em empreendedorismo, de fato, contribuiu para novas reflexões acerca do papel de uma incubadora e subsídios ao pensamento crítico em diversos campos do conhecimento.

6 REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. 224p.

ALENCAR, E. M. L. S. de. Promovendo um ambiente favorável à criatividade nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 38, n. 2, p. 18-25, abr./jun., 1998.

ANDRADE, D. P. Empresa humana ou humano empresa? **GV-executivo**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 38-41, jan./jun., 2011.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16 ed. São Paulo: Cortez, 2015.

_____. Desenhando a nova morfologia do trabalho no Brasil. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 28, n. 81, p. 39-53, Ago., 2014.

_____. Afinal, quem é a classe trabalhadora hoje? **Revista Rede de Estudos do Trabalho**, São Paulo, ano 2, n. 3, p. 1-9, 2008.

_____. **O continente do labor**. São Paulo: Boitempo, 2011.

_____. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

_____. O caráter polissêmico e multifacetado do mundo do trabalho. **Trabalho Educação & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 229-237, set. 2003.

_____. ALVES, G. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Revista Educação & Sociedade**, Campinas, v. 25, n. 87, p. 335-351, maio/ago., 2004.

BACH, L. Exploring the convergence of the rationales underlying the policies for science, technology and innovation and for creative industries. In: BURGER-HELMCHEN, T. **Economics of Creativity**: ideas, firms and markets. Oxon, New York: Routledge, 2013.

BANERJEE, S. B.; LINSTED; S. Globalization, Multiculturalism and Other Fictions: Colonialism for the New Millennium? In: **Organization**, v.8, nº4, p. 683-722, 2001.

BARBOSA, A. M. S. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 19, n. 38, p. 121-140, fev. 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, J. M.; ROSA, L.; SANTO, L. E. O artista como trabalhador no Plano Nacional de Cultura. **Políticas Culturais em Revista**, Bahia, v. 7, n. 1, p. 1-16, 2014.

BATISTA-DOS-SANTOS, A. C.; CARDOSO, M. F.; CALAZANS, D. L. M. S.; MÓL, A. L. R.; OLIVEIRA, J. A. O trabalho na contemporaneidade: estudo sobre as dimensões que

trabalhadores de uma organização pública associam ao trabalho. **Revista Ciências Administrativas**, v. 20, n. 1, p. 347-379, 2014.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENDASSOLLI, P. F. Recomposição da relação sujeito-trabalho nos modelos emergentes de carreira. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 4, p. 387-400, out./dez., 2009.

_____. BORGES-ANDRADE, J. E. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista Administração de Empresas**, São Paulo, v. 51, n. 2, p. 143-159, Abr., 2011.

BERNARDO, M. H. **Discurso flexível, trabalho duro**: o contraste entre o discurso de gestão empresarial e a vivência dos trabalhadores. 2006. 233 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Departamento de Psicologia Social e do Trabalho, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

BORGES, J. D. Competitividade criativa. **GV Executivo**, v. 4, n. 3, p. 86-90, ago./out., 2005.

BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista**: a degradação do trabalho no Século XX. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

CASTELLS. M. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, E. R de. **Economia criativa**: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. *Economia & Tecnologia*, ano 7, v. 25, p. 1-8, abr./jun., 2011.

COUTINHO, M. C. Sentidos do trabalho contemporâneo: as trajetórias identitárias como estratégia de investigação. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, Brasil, v. 12, n. 2, p. 189-202, dez. 2009.

FERNANDEZ, F. S. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento regional: o caso do grande ABC paulista**. 2014. 178 F. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do ABC, Santo André. 2014.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class revisited**. New York: Basic Books, 2012.

FIRJAN (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro. 2014. 40p.

FREITAG, B. **A Teoria Crítica**: ontem e hoje. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004. 184p.

FREITAS, E. C.; TONIDANDEL, M. C.; PINHEIRO, C. M. P.; BARTH, M. Cultura organizacional e gestão contemporânea: um estudo de caso em empresas de economia criativa. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 4, n. 2, p. 147-170, 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

- GOMES, R. A análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2002. p.67-79.
- HESMONDHALGH, D. **The Cultural Industries**. Second Edition. London: SAGE, 2007.
- HIRATA, H. A precarização e a divisão internacional e sexual do trabalho. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 11, n. 21, p. 24-41, jan./jun. 2009.
- HOWKINS, J. **The creative economy**. How people make money from ideas. London: Penguin Press, 2001.
- JÄGER, G. F. B. **Economia Criativa e seus indicadores: uma proposta de índice para as cidades brasileiras**. 2014. 150 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014.
- KREMER, A.; FARIA, J. H. Reestruturação produtiva e precarização do trabalho: o mundo do trabalho em transformação. **Revista Eletrônica de Administração**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 266-279, jul./ago./set., 2005.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIMA, Â. M. S. Os impactos da globalização no mundo do trabalho. In: **Terra e Cultura**, ano XX, n. 39, p. 32-49, 2004.
- LIMA, R. J. C. Dicionário de trabalho e tecnologia. **Trab. educ. saúde**, v. 12, n. 2, p. 457-459, 2014.
- MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **ALCEU**, v. 9, n.18. p. 83-95, jan./jun., 2009.
- MADEIRA, M. G. **Economia Criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014. 321p.
- MARTINS, S. P. **Flexibilização das Condições de Trabalho**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MAY, T. **Pesquisa Social: questões, métodos e processos**. 3. ed. Porto Alegre: 2004.
- MIGUEZ, P. **Economia criativa: uma discussão preliminar**. Salvador: EDUFBA, 2007.
- _____. **Repertório de fontes sobre Economia Criativa**. Parte integrante do projeto de pesquisa “Economia criativa – em busca de paradigmas: (re) construções a partir da teoria e da pratica”. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. CULT (Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura), Salvador, 2006-2007.
- MINAYO, M. C. S. (org.) **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. 2. ed. 2012. 156p.

MIRANDA, A. P. R.; ARAÚJO, M. A. D. Transformações no mundo do trabalho: um olhar sobre a qualificação profissional. **Interface - Revista do Centro de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 3, n. 1, p. 81-95, 2006.

MIRANDA, K. As transformações contemporâneas no trabalho docente: repercussões em sua natureza e seu processo de trabalho. In: VI SEMINÁRIO DA REDE LATINOAMERICANA DE ESTUDOS SOBRE TRABALHO DOCENTE, 6., Rio de Janeiro, 2006. **Anais...** Rio de Janeiro: REDESTRADO, 2006. p. 1-12.

MUZZIO, H.; PAIVA JÚNIOR, F. G. A gestão na economia criativa e a identidade do indivíduo criativo inovador: em busca de uma convergência. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 38., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2014.

NASCIMENTO, A. M. **Curso de direito do trabalho**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

NORONHA, N. S. de; BARBOSA, D. M. S. R.; Consumo e centralidade do trabalho na "nova classe média" brasileira. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 40-54, fev. 2016.

PAGÉS, M. et al. **O poder das organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

PATIAS, T. Z.; BELATO, D.; OLEA, P. M. Percepções de um grupo de trabalhadores sobre as transformações no mundo do trabalho. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 63-80, jan./mar. 2008.

POCHMANN, M.. **A década dos mitos**. São Paulo: Contexto, 2001.

REIS, C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

_____. DEHEINSELIN, L. **Caderno de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local**. Espírito Santo: SEBRAE, 2008.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SATO, L. Recuperando o tempo perdido: a psicologia e o trabalho não regulado. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, Brasil, v. 16, n. 1, p. 99-110, jun., 2013.

SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE**. Boletim quadrimestral. Rio de Janeiro. 2012. 80p.

SCOCUGLIA, A. Globalização, trabalho e docência: constatações e possibilidades. In: **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, número especial, p. 175-190, ago., 2010.

SEGNINI, L. R. P. Criação rima com precarização: análise do mercado de trabalho artístico no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 13., 2007, Pernambuco-RE. **Anais...** Pernambuco: Universidade Estadual de Campinas, 2007.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo. 1. ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2012.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, D. R. Adorno e a indústria cultural. **Revista Urutágua**, Maringá, v.1, n.4, Maio 2002.

SIQUEIRA, T. C. A. **O trabalho docente nas instituições de ensino superior privado em Brasília**. 2006. 204f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

STANDING, G. **O Precariado**: a nova classe perigosa. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

STEFFEN, C. Comunicação, Publicidade, Indústria Criativa e Empreendedorismo: problematizando e construindo um projeto de pesquisa sobre suas interfaces. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, 5., 2013, Santa Maria. **Anais...** Santa Maria, 2013.

TOLFO, S. da R. et al. Revisitando abordagens sobre sentidos e significados do trabalho. In: Fórum CRITEOS, 2005, Porto Alegre-RS. **Anais...** Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005. [CD-ROM].

UNCTAD. **Creative Economy Report 2010**. a feasible development option. Genebra: UNCTAD/ DITC, 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2016.

UNESCO. **Creative economy**: report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa Qualitativa em Administração**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.

Apêndice A - Roteiro de entrevista

PARTE 1 – Introdução

1) Abertura da entrevista:

- Apresentação profissional
- Objetivos e importância da pesquisa
- Orientações sobre a responsabilidade e sigilo das informações
- Assinatura do termo de consentimento
- Orientações sobre procedimentos da entrevista
- Solicitação para gravação da entrevista

2) Caracterização do entrevistado:

- Formação:
- Idade:
- Cargo:
- Tempo de trabalho na organização:

PARTE 2 – Desenvolvimento

*** Identificação da organização**

- Descrição da organização
Qual é a área de atuação da empresa? *Objetivos; Número de funcionários...*
- Descrição do processo de incubação
Como ocorreu a participação da empresa no processo de incubação do programa Rio Criativo? A empresa ainda possui algum vínculo com a Rio Criativo?

DIMENSÃO ORGANIZACIONAL

- Descrição do trabalho
Quais são as suas atividades diárias na empresa?
- Descrição do ambiente de trabalho
Você poderia descrever o seu espaço físico de trabalho?
- Forma de divisão do trabalho
Como são divididas as tarefas entre as pessoas que trabalham na empresa?
Quem define isso?
- Forma de controle do trabalho
Como ocorrem as tomadas de decisão na empresa? *Quem é o responsável por elas?*

DIMENSÃO TECNOLÓGICA

- Tecnologias necessárias para a realização do trabalho
Quais são as tecnologias utilizadas por você para desempenhar seu trabalho?

- Impacto das tecnologias da informação e da comunicação no trabalho
Qual é a importância das tecnologias da informação e comunicação para a realização do seu trabalho?
- Importância das redes sociais
Quais são as redes sociais utilizadas pela empresa? Qual a contribuição delas para seu trabalho?
- Relação do trabalho com a inovação
O que seu trabalho possui de inovação? *Em que a empresa está inovando para se destacar no mercado?*

DIMENSÃO LEGAL

- Existência de legislação específica para o trabalho realizado
Existe uma legislação que ampare o seu tipo de trabalho? *Regras...*
- Formas de contrato de trabalho
Quais são as formas de contrato de trabalho na empresa?
- Tipos de remuneração
Como ocorre a remuneração do seu trabalho? *No final de cada mês; Quando termina o projeto...*
- Formas de assessoria da incubadora
Poderia descrever de que forma ocorreram as assessorias financeira, jurídica e de comunicação?

DIMENSÃO INDIVIDUAL

- Trajetória profissional
Conte sobre a sua trajetória profissional.
- Perfil do trabalhador da área
Quais são as características que você considera como necessárias para desempenhar o seu respectivo trabalho nessa empresa?
- Relações interpessoais estabelecidas
Como é a sua relação com os demais funcionários da empresa?
- Importância do trabalho
Qual é a importância do seu trabalho para você?

PARTE 3 - Finalização

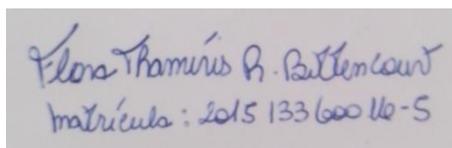
- Questões trazidas pelo entrevistado.
- Agradecimento.

Apêndice B – Termo de consentimento

Eu, Flora Thamiris Rodrigues Bittencourt, aluna do curso de Mestrado Acadêmico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), estou desenvolvendo a pesquisa: O trabalho em organizações de economia criativa: uma análise nas empresas participantes do processo de incubação do Programa Rio Criativo, sob a orientação da professora Dra. Janaína Machado Simões. Convido-o (a), a participar desta pesquisa que tem como objetivo principal analisar qual é a configuração do trabalho em organizações de Economia Criativa no Brasil.

Sua participação será realizada por meio de entrevista. Tal procedimento será realizado por nós dois, aplicado oral e individualmente e previamente agendado. A entrevista será gravada em áudio, e qualquer dado que possa lhe identificar não será usado na análise dos dados. A sua participação é voluntária, estando o (a) pesquisador (a) à disposição para qualquer esclarecimento, de modo que sua recusa em participar em qualquer momento da pesquisa, não trará qualquer penalidade ou prejuízo.

Após ler este termo de Consentimento Livre Esclarecido, e aceitar participar da pesquisa, solicito a sua assinatura em duas vias, sendo que uma delas permanecerá em seu poder. Qualquer informação adicional acerca desta pesquisa poderá ser obtida junto ao (a) pesquisador (a) pelo e-mail: flora_thamiris@hotmail.com.



Flora Thamiris R. Bittencourt
matrícula: 201513360016-5

Consentimento Pós-Informado:

Eu, _____, portador (a) do número de identidade _____, fui esclarecido (a) sobre a pesquisa: O trabalho em organizações de economia criativa: uma análise nas empresas participantes do processo de incubação do Programa Rio Criativo e concordo que meus dados sejam utilizados na realização da mesma.

Assinatura: _____.

E-mail: _____.

Data: ____/____/____.