



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
CULTURA E SOCIEDADE

TACIANO ARARIPE SOARES

CONSUMO CULTURAL EM TEATRO: UM ESTUDO SOBRE O
PERFIL DO PÚBLICO DOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS DO ESTADO
NA CIDADE DE MANAUS (2012-2013)

SALVADOR

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
CULTURA E SOCIEDADE

TACIANO ARARIPE SOARES

CONSUMO CULTURAL EM TEATRO: UM ESTUDO SOBRE O
PERFIL DO PÚBLICO DOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS DO ESTADO
NA CIDADE DE MANAUS (2012-2013)

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre

Orientador: Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio

SALVADOR
2014

Catálogo na fonte

Elaborada pela bibliotecária: *Ana Castelo -CRB11ª/314*

S676C Soares, Taciano Araripe

Consumo cultural em teatro: um estudo sobre o perfil do público dos equipamentos culturais do Estado na cidade de Manaus (2012-2013). / Taciano Araripe Soares. – Salvador-BA: UFBA, 2014.

106fls.: il.30cm.

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Mestre.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA.

Instituto de Humanidades Artes e Ciências Professor Milton Santos.

Rua Barão de Jeremoabo, PAF IV, s/n. Ondina, Salvador-BA




UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
IHAC- INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E
CIÊNCIAS PROFESSOR MILTON SANTOS
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
CULTURA & SOCIEDADE

TACIANO ARARIPE SOARES

CONSUMO CULTURAL EM TEATRO: UM ESTUDO SOBRE O
PERFIL DO PÚBLICO DOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS DO
ESTADO NA CIDADE DE MANAUS (2012-2013)


Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Cultura e Sociedade, na Linha de Pesquisa [REDACTED] em 04 de setembro de 2014, foi aprovada pela comissão formada pelos professores:


Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio


Prof. Dr. Ruy Aguiar Dias


Prof. Dr. José Roberto Severino

CONFERE COM O ORIGINAL
04/09/14


Franklin Rocha Leal
Técnico em Contabilidade
Mat. SIAPE 1973351
IHAC/UFBA

CONFERE COM O ORIGINAL


À minha mãe, Helena, pelo eterno exemplo de força, perseverança e vitória.

AGRADECIMENTOS

Antes, e sobretudo, a Deus pela luz que está sempre à minha frente e pela proteção infinita.

Ao meu orientador, Professor Adriano de Oliveira Sampaio, pelo caminho percorrido comigo até aqui, paciência, compreensão, instrução, colocações sábias e pertinentes e que foram fundamentais para contribuir com o desenvolvimento desta pesquisa, muito obrigado.

Aos professores José Roberto Severino e Ruy Aguiar Dias, por aceitarem o convite para avaliar esta dissertação e participarem da banca de defesa.

Ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, nas figuras da coordenação, da secretária e de todos os professores, pela atenção dispensada durante esses dois anos de curso.

À Secretaria de Estado de Cultura do Amazonas que gentilmente cedeu os dados necessários solicitados para o planejamento desta pesquisa.

Ao Governo do Estado do Amazonas, representado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas – FAPEAM, pelo fundamental financiamento de recursos durante o desenvolvimento do curso.

À minha família, nas figuras da minha mãe e meu irmão Eduardo, pelo esteio e inspiração para continuar sempre.

Aos colegas e amigos de Manaus que foram peças fundamentais no suporte e incentivo a cada passo dado nesta difícil caminhada da vida. Em algum momento suas participações foram muito especiais, Jéssica Ayala, Diego Melo, Francis Madison, Hamyle Nobre, Larissa Rufino, Eduardo Klinsmann, Fabielle Vieira, em especial à amiga Angélica Costa que foi presente desde quando tudo não passava de uma ideia, apenas.

Aos amigos que Salvador me deu, muito obrigado por tudo que fizeram e fazem por mim, Carolina Guzman, Cincinato Marques, Eduardo Gomes, Laiz Fraga, Ísis Nery, Guilherme Luz e em especial às lindas Camila Farias, Caroline Fantinel, Fernanda Argolo e Geise Oliveira. “Muito afeto por vocês”.

Ao meu amor, Eric Lima, que é mais um presente do teatro para mim. Obrigado pela paciência, força e energias positivas para que eu pudesse continuar nesta trajetória.

Aos artistas que labutam todos os dias, incansavelmente. Acredito na força da arte e ela me move sempre.

Se você estiver em busca de alguma coisa, não vá sentar-se na praia à espera de que ela venha encontrá-lo. Você tem de procurá-la com toda a sua obstinação.

[Constantin Stanislavski]

SOARES, Taciano Araripe. Consumo Cultural em Teatro: Um estudo sobre o perfil do público dos equipamentos culturais do estado na cidade de Manaus (2012-2013). 106 f. il. 2014. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

RESUMO

A presente dissertação investiga o perfil do público frequentador de teatro dos espaços públicos administrados pelo governo estadual na cidade de Manaus, capital do Amazonas, durante parte dos anos 2012 e 2013. O sujeito desta pesquisa foi entrevistado, escolhendo-se aleatoriamente pessoas que estivessem na fila para alguma apresentação artística teatral em um dos quatro teatros eleitos para a ação. O objetivo de mapear as tendências de consumo em teatro oportunizou o confronto desta com outras pesquisas relativas, organizadas por órgãos públicos e/ou a pedido deles, de maneira a observar como a mesma prática se dá em outros centros regionais do país e sob diversas perspectivas. Para isso utilizou-se o método de *survey* para busca de dados *in loco* através da aplicação de questionários. O referencial teórico foi baseado na compreensão da cultura como manifestação artística, a identidade cultural do indivíduo social, consumo cultural, recepção artística e políticas culturais. O resultado das entrevistas, tabulado e analisado, permitiu observar uma série de tendências acerca do público frequentador de teatro em Manaus, entre elas que a localização geográfica dos teatros não contribui diretamente para o consumo acontecer de maneira localizada, as mulheres estão mais no ensino superior que os homens, a comédia é mais procurada em pessoas com grau de instrução em menores níveis e que a ausência de boa divulgação é o principal fator de desinteresse no teatro. De maneira geral, as políticas públicas culturais devem atentar-se à necessidade de revisão do conceito de acesso e acessibilidade aos bens culturais em favor da real democratização da cultura no que tange a realidade encontrada em Manaus.

Palavras-chave: consumo cultural, políticas culturais, democratização da cultura, teatro.

SOARES, Taciano Araripe. Cultural Consumption in Theatre: A study on the profile of public cultural facilities of the state in the city of Manaus (2012-2013). 106 pp. ill. 2014. Master Dissertation – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

ABSTRACT

This dissertation investigates the profile of the audience goer theater of public spaces managed by the state government in the city of Manaus, capital of Amazonas during part of the years 2012 and 2013. The subject of this research was interviewed, by choosing random people who were in queue for a theatrical artistic presentation in one of four theaters elected for action. The objective of mapping consumer trends in this theater provided an opportunity to confrontation with other related research, organized by public bodies and / or their request, to observe the same practice occurs in other regional centers of the country and from different perspectives. For this, we used the *survey* method to search for data on the spot through the using of questionnaires. The theoretical framework was based on the understanding of culture as artistic expression, the cultural identity of individual social, cultural consumption, artistic reception and cultural policies. The result of the interviews, tabulated and analyzed, allowed to observe a number of trends about a public theater goer in Manaus, including the geographical location of theaters does not contribute directly to the consumer happen localized way, women are more in higher education men, comedy is most popular in people with schooling at lower levels and that the absence of good disclosure is the main factor disinterest in the theater. In general, the public cultural policies should look to the need to revise the concept of access and accessibility to cultural assets in favor of real democratization of culture regarding the reality found in Manaus.

Keywords: cultural consumption, cultural politics, democratization of culture, theater.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Cine Édén (atualmente)	22
Figura 2	Divulgação de espetáculo de ópera no Teatro Amazonas, pelo <i>Commercio do Amazonas</i> , em 1905	23
Figura 3	Divulgação do <i>Theatro Julieta</i> pelo <i>Jornal do Commercio</i> , em 1910	23
Tabela 1	Espaços coordenados pela SEC e seus quantitativos de acesso nos últimos três anos	60
Figura 4	Consolidação dos dados de planejamento da pesquisa	63
Gráfico 1	Variável “sexo” dos entrevistados	73
Gráfico 2	Variável “idade” dos entrevistados	73
Gráfico 3	Variável “estado civil” dos entrevistados	73
Gráfico 4	Variável “raça” dos entrevistados	73
Gráfico 5	Variável “orientação sexual” dos entrevistados	74
Gráfico 6	Variável “religião” dos entrevistados	74
Gráfico 7	Variável “grau de instrução” dos entrevistados	75
Gráfico 8	Variável “região da cidade em que habita” dos entrevistados	76
Gráfico 9	Variável “ocupação” dos entrevistados	76
Gráfico 10	Variável “natureza da instituição, se estudante” dos entrevistados	76
Gráfico 11	Variável “atividades nas horas vagas, em primeira prioridade” dos entrevistados	77
Gráfico 12	Variável “atividades nas horas vagas, em segunda prioridade” dos entrevistados	77
Gráfico 13	Variável “atividades nas horas vagas, em terceira prioridade” dos entrevistados	78
Gráfico 14	Variável “grau de interesse em teatro, de 0 a 10” dos entrevistados	79
Gráfico 15	Variável “conhece alguma cia de teatro da cidade” dos entrevistados	79
Gráfico 16	Variável “frequência em espetáculos locais” dos entrevistados	80
Gráfico 17	Variável “frequência em espetáculos nacionais e/ou internacionais” dos entrevistados	80

Gráfico 18	Variável “o que o impede de frequentar mais o teatro” dos entrevistados	80
Gráfico 19	Variável “carência de atividades artísticas na cidade” dos entrevistados	81
Gráfico 20	Variável “prática de atividades artísticas” dos entrevistados	81
Gráfico 21	Variável “como ficou sabendo do espetáculo hoje” dos entrevistados	82
Gráfico 22	Variável “gênero de sua preferência” dos entrevistados	82
Gráfico 23	Variável “maior valor investido em algum produto cultural” dos entrevistados	83
Gráfico 24	Variável “condições de acesso ao teatro hoje” dos entrevistados	84
Gráfico 25	Variável “espetáculos de teatro deveriam ser” dos entrevistados	85
Gráfico 26	Variável “qual meio de transporte usado para vir ao teatro hoje” dos entrevistados	85
Gráfico 27	Variável “você foi a alguma atividade cultural no último ano” dos entrevistados	86
Gráfico 28	Variável “frequência de acesso à internet” dos entrevistados	86
Gráfico 29	Variável “com que frequência você assiste televisão” dos entrevistados	86
Gráfico 30	Critério Brasil: “Quantas tv em cores você possui?”	87
Gráfico 31	Critério Brasil: “Quantos rádios você possui?”	87
Gráfico 32	Critério Brasil: “Quantos banheiros você possui?”	88
Gráfico 33	Critério Brasil: “Quantos automóveis você possui?”	88
Gráfico 34	Critério Brasil: “Quantas empregadas mensalistas você possui?”	88
Gráfico 35	Critério Brasil: “Quantas máquinas de lavar você possui?”	88
Gráfico 36	Critério Brasil: “Quantos videocassetes ou dvd’s você possui?”	88
Gráfico 37	Critério Brasil: “Quantas geladeiras você possui?”	88
Gráfico 38	Critério Brasil: “Quantos freezers você possui?”	89
Gráfico 39	Critério Brasil: “Qual o grau de instrução do chefe de família?”	89
Tabela 2	Critérios de pontuação conforme o CCEB	89
Tabela 3	Tabulação dos dados de maior índice coletados para o CCEB	90
Tabela 4	Cortes do CCEB para classificação econômica das famílias	90
Gráfico 40	Grau de instrução dos entrevistados do sexo masculino	91
Gráfico 41	Frequência em espetáculos locais dos entrevistados do sexo masculino	91
Gráfico 42	Grau de instrução das entrevistadas do sexo feminino	92

Gráfico 43	Frequência em espetáculos locais das entrevistadas do sexo feminino	92
Tabela 5	Grau de Instrução x Qual gênero de sua preferência	93
Tabela 6	Idade x Qual gênero de sua preferência	93
Tabela 7	O que o impede de frequentar mais o teatro x Quais as condições de acesso a este teatro hoje	94
Tabela 8	Grau de instrução do chefe da família x Frequência em teatro (espetáculos locais)	95
Tabela 9	Qual meio de transporte utilizado para vir ao teatro hoje x Qual maior valor investido em um produto cultural	96
Tabela 10	Qual a sua frequência de acesso à internet x O que o impede de frequentar mais o teatro	97

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	O TEATRO DE LA ZONE. CULTURAS, PÚBLICOS E CONSUMO	18
2.1	<i>TEM TEATRO NA AMAZÔNIA?</i> CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS	19
2.1.1	Relações de consumo cultural: primeiras manifestações	21
2.1.2	A identidade amazônica: primeiras análises	27
2.2	AS MÚLTIPLAS CULTURAS	28
2.3	BRASIL POLÍTICO: AS ARTES COMO ENFOQUE DA AÇÃO PÚBLICA	35
2.4	CAPITAL “ <i>O QUE</i> ”? REFLEXÃO SOBRE O CONSUMO DAS ARTES NO BRASIL	43
3	METODOLOGIA	52
3.1	ASPECTOS DA PESQUISA EM CONSUMO CULTURAL NO BRASIL	52
3.2	A PESQUISA DE <i>SURVEY</i> COMO ALIADA	54
3.3	ENFIM, A ESCOLHA E APLICAÇÃO DO MÉTODO	55
3.4	OS INDICADORES SINTÉTICOS	65
3.4.1	Organizando o questionário	67
4	AFINAL, QUEM ESTÁ NA FILA DO TEATRO?	73
4.1	ANÁLISE DOS DADOS – IDENTIFICAÇÃO	73
4.2	ANÁLISE DO PERFIL SOCIAL: O CAPITAL SIMBÓLICO	77
4.3	ANÁLISE DO PERFIL ECONÔMICO: O CAPITAL SOCIAL	83
4.4	ANÁLISE DE CORRELAÇÃO: A BUSCA PELO PÚBLICO	91
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
	REFERÊNCIAS	102
	APÊNDICES	105

1 INTRODUÇÃO

O consumo cultural, tema desta pesquisa, possui um campo de estudo cada vez maior a partir das considerações sociológicas que ganharam força no último século na França, principalmente. Os diversos temas que se relacionam determinam a necessidade de se compreender as múltiplas densidades de discussão que o contexto de análise incita.

Fleury (2009, p. 105) traz à discussão a ideia de que a reivindicação igualitária visa o acesso de todos ao consumo de um bem universal, acesso que é preciso organizar a partir de então, pois ele não é óbvio, e cuja organização é de incumbência (porque isso diz respeito ao interesse geral) dos poderes públicos e das instituições culturais. Ao contrário, a reivindicação cultural visa tradicionalmente uma relação personalizada dos bens, cuja apropriação individual serve de base a uma aristocracia do espírito que aprofunda, assim, o processo de seleção elitista.

O ideal de democratização da cultura é indissociável da Revolução Francesa, da afirmação republicana do princípio de igualdade entre os cidadãos, por exemplo. A revolução política do século XVIII, pela abolição dos privilégios, desloca o fundamento da sociedade de ordens. A Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão de 26 de agosto de 1789, institui uma sociedade de indivíduos pela proclamação do princípio da igualdade e constitui a passagem de uma sociedade não igualitária a uma sociedade igualitária de direito, conforme Fleury (2009, p. 108-109).

A sociologia da cultura apresenta o mérito de ter produzido um saber positivo oriundo da descrição das práticas culturais e dos conceitos esclarecedores para a interpretação destas. No entanto, o uso dos resultados da sociologia da cultura é um problema, pois o discurso do “fracasso” da democratização da cultura apresenta-se, hoje em dia, como um status de obvidade tantas vezes afirmado que chega a convocar o aval da sociologia da cultura. A democratização da cultura pode, então, ser entendida como um processo histórico, quer dizer, como uma equalização progressiva das condições de acesso à cultura.

O intuito de pesquisar as indicações habituais de gosto dos frequentadores de teatro em Manaus, vem contribuir com a necessidade de percepção documental da relação entre a real democratização do acesso à cultura e a consideração dos fatores determinantes da escolha cultural. Como disserta Bourdieu (2007, p.9) o peso relativo da educação familiar e da educação

propriamente escolar (cuja eficácia e duração dependem estreitamente da origem social) varia segundo o grau de reconhecimento e ensino dispensado às diferentes práticas culturais pelo sistema escolar; além disso, a influência da origem social, no caso em que todas as outras variáveis sejam semelhantes, atinge seu auge em matéria de cultura livre ou cultura de vanguarda. À hierarquia socialmente reconhecida das artes – e, no interior de cada uma delas – dos gêneros, escolas ou épocas, corresponde à hierarquia social dos consumidores. Eis o que predispõe os gostos a funcionar como marcadores privilegiados da classe.

A pesquisa em consumo cultural no Brasil, hoje, representa um importante momento das políticas culturais que tiveram um novo e importante momento a partir da gestão do Gilberto Gil frente ao Ministério da Cultura. A consideração da importância em se estudar a respeito dos públicos das artes é um balizador eficaz de possíveis ações de aproximação da cultura entendida como arte junto à sociedade que, ainda, se apresenta de forma tímida nas participações culturais.

Com a perspectiva de alcance de um perfil de público frequentador de teatro na cidade de Manaus, é possível também, afirmar que as políticas culturais locais serão diretamente tocadas e sensibilizadas a observar quem e quais práticas merecem uma atenção especial, na atuação do governo local. O estudo desse perfil também resultará de uma nova perspectiva para a cadeia de produção cultural local que, porventura, virá a possuir dados estatísticos que, possivelmente, contribuirão para o planejamento das atividades futuras que se relacionam diretamente com o desenvolvimento cultural da cidade.

A necessidade de se pesquisar este tema está diretamente relacionada à construção de políticas públicas para a cultura, de maneira a considerar as múltiplas realidades existentes na sociedade e potencializá-las em propriedades de elevação da relação de consumo cultural pela população. A dinâmica desta pesquisa se concentrará no traçar de tendências de perfil do público dos equipamentos culturais do estado na cidade de Manaus e para isso realizará pesquisa através da aplicação de questionários com uma amostra da população local em teatro de zonas diferentes da cidade, praça da pesquisa.

Como uma forma de ilustrar as possibilidades de diálogo das pesquisas em consumo cultural existentes no Brasil, há uma que pode ser traçada como fundamental na atualidade e que foi realizada pelo Senado Federal, para isso serão citados alguns dados preliminares que constam no documento de resultado da pesquisa do DataSenado. Segue o exemplo: O levantamento do DataSenado procurou conhecer os principais hábitos do brasileiro em relação

à cultura e constatou que mais da metade da população esteve completamente fora do circuito convencional nos últimos 6 meses (referindo-se aos meses anteriores à pesquisa, que finalizou-se no fim do ano de 2011). Os resultados apontaram, entre outras coisas, que 72% não foram ao teatro, 66% não visitaram exposição de arte, 54% não assistiram a um filme no cinema e 50% não foram a show ou concerto de música. Por outro lado, quando se trata de comparecimento a festas populares, esse número cai para 37%. E 35% disseram ter ido entre 2 e 5 vezes a essas manifestações culturais no último semestre.

É sabido que brasileiros com maior renda e mais escolaridade têm mais acesso a esses espaços e mais facilidade para frequentá-los. No entanto, os resultados da pesquisa do Senado Federal revelam diferenças regionais que merecem atenção. Enquanto 43% dos que moram na região Sudeste disseram não ter ido ao cinema nos últimos 6 meses, essa porcentagem sobe para 68% no Norte. Contudo, quando se considera a participação em festas populares, 41% não frequentaram no Sudeste, caindo para 33% no Norte.

E quais seriam os motivos para essa ausência? As respostas mais comuns foram “não tem na cidade” e “falta de tempo”. Na Região Norte, 48% não foram ao cinema porque não há salas de exibição onde moram. Na Sudeste, apenas 14% indicaram esse motivo. E 35% responderam não ter tempo para assistir aos filmes em cartaz. É preciso ressaltar os dados referentes a festas populares: 16% das pessoas disseram não ter ido por falta de opções na sua cidade. Para todos os demais espaços e eventos culturais, esse número fica sempre acima de 30%. Esses dados podem ajudar a explicar a opinião bastante difundida, compartilhada por 90% dos cidadãos, de que realizar eventos culturais em escolas, praças e espaços públicos é muito importante.

Dados como esses, apontados pela pesquisa do DataSenado por exemplo, são fontes inspiradoras para o confronto com outros a serem auferidos por esta pesquisa. É importante que se faça o dimensionamento contextual aplicado ao local de realização da investigação, em paralelo à realidade encontrada regional e nacionalmente, pois localiza as relações de consumo cultural e traça um panorama que discutirá, inclusive, as diversidades e complexidades de informações que podem ou não, ser agravadas pelas distâncias geográficas – tão reveladoras no Brasil.

Quando uma mesma variável – o “motivo” de não ir ao teatro, por exemplo, é contextualizado em níveis regionais de análise, permite que se tenha uma percepção crítica se

os resultados não são, na verdade, consequência das políticas públicas de distribuição e acesso aos bens culturais, tão divergentes, de região para região, para citar um exemplo. A intenção é que se possa traçar esse paralelo com as pesquisas aqui pontuadas, sem grandes extensões com outras além dessas, potencializando as leituras que serão possíveis a partir de então.

Para isso, três capítulos são propostos para satisfazer as necessidades de discussão do tema principal e dos demais conhecimentos necessários para potencializar o estudo em tela. O primeiro capítulo apresentará um resumo histórico do teatro em Manaus, a partir do século XX, principalmente, abordando as primeiras e possíveis relações de consumo cultural ocorridas e registradas, seja por meio documental em arquivo e/ou através de depoimentos de historiadores e pesquisadores locais. A intenção é ambientar a pesquisa no contexto da cidade, para que se tenha parâmetros históricos numa análise posterior, quando atingir a pergunta ‘quem está na fila do teatro?’ que é o âmago da busca dessa pesquisa.

Ainda no primeiro capítulo a intenção é de discutir todo o referencial teórico da pesquisa. Os conceitos e reverberações de cultura, entendida como manifestação artística; consumo cultural, propriamente dito; as políticas culturais no Brasil, com atenção especial àquelas de diálogo com o acesso e incentivo ao consumo das artes; a ideia de capital cultural de Bourdieu, como um fator preponderante para se compreender este indivíduo consumidor de cultura e aquele que não é um frequentador do teatro, porém pode ser entendido como um objeto de estudo para, inclusive, a promoção de políticas públicas estratégicas de alcance e diálogo.

O segundo capítulo, de âmbito metodológico, é fundamental porque trata-se de uma pesquisa de *survey*, com busca *in loco* e a necessidade de tabulação e análise de dados. O texto localiza a questão da pesquisa em consumo cultural no Brasil, a escolha do método a ser utilizado e, ainda, as possíveis correlações que podem ser feitas com outras pesquisas semelhantes no Brasil. Cita, também, os passos práticos da realização da pesquisa e como se dará a tabulação e análise dos dados que serão coletados no fim do período de investigação.

Por fim no terceiro capítulo, os dados coletados, tabulados e cruzados terão suas análises focadas para o desenvolvimento do perfil desse público frequentador de teatro em Manaus. O propósito é de se poder obter o máximo de informações, em detalhe, que constituam os traços desse público, tão necessário à construção de políticas públicas, como também, aos interessados no fazer teatral, dentro e fora dos palcos.

2 O TEATRO DE LA ZONE. CULTURAS, PÚBLICOS E CONSUMO

A necessidade de contemporaneizar a discussão do teatro realizado na cidade de Manaus, praça da pesquisa em tela, sugere que o recorte da história do fazer teatral na cidade se dê a partir do início do século XX em diante. Considera-se esse o período de maior movimentação, atividades, transformação no que hoje a cidade possui como principais características de consumo e relação das artes com a(s) plateia(s).

Páscoa (2009, p. 11) traz informações que contribuem para a compreensão do teatro no contexto em questão, ao afirmar que entre a segunda metade do século XIX e a primeira década do século XX, a Amazônia viveu seu auge econômico proporcionado pelo Ciclo da Borracha, que possibilitou grandes arrecadações ao Pará e ao Amazonas. Ambos receberam enorme fluxo de estrangeiros e brasileiros de outras regiões, além do rápido desenvolvimento urbano das capitais Belém e Manaus. Os ganhos culturais decorrentes do desenvolvimento econômico e social beneficiariam a população destas capitais, que se revelaram ávidas pelo teatro musical.

Em meio a operetas e revistas, a ópera certamente foi o gênero que envolveu maior sofisticação pela dimensão dos recursos envolvidos, pela associação de habilidades artísticas a serviço de sua realização e a pretensão em trazer artistas e mesmo companhias inteiras da Itália e França, anualmente. Como consequência da difusão da música em Manaus e Belém, alguns músicos que haviam estudado no exterior decidiram seguir a carreira da composição e vieram a escrever para o teatro lírico.

Este é, então, o ponto de partida para a consideração da evolução histórica das relações de oferta e consumo de teatro na cidade de Manaus, a partir do início do século XX, que ainda recebia fortes influências das realizações elitizadas do século XIX e que são similares à própria composição visual e estética da cidade na época, uma vez que a arquitetura que norteava as construções civis do centro da cidade eram inspiradas nas formas e tradições europeias, em especial à Paris, maneira pela qual Manaus, no auge da borracha, foi intitulada de “Paris dos Trópicos”.

Nesse primeiro momento de observação, então, fica possível observar que o consumo em teatro na cidade era relativo à necessidade de importação dos signos culturais e artísticos

como forma de ostentação e prestígio, proporcional aos principais consumidores da época: pessoas enriquecidas e abastadas com os altos lucros das seringas e da exploração intensiva vivida no país nesta época.

2.1 *TEM TEATRO NA AMAZÔNIA?* CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS

Das duas capitais amazônicas dos tempos de oitocentos, Manaus foi a que mais se transformou ao longo da segunda metade do século XIX. Em poucas décadas deixou de ser o velho marco militar da confluência dos gigantes rios Negro e Solimões para disputar lugar destacado não só na região e no país, mas no panorama internacional, conforme Páscoa (2009, p.19).

Quando Alfred Wallace esteve no Amazonas, no alvorecer da Província, calculou que a Cidade da Barra (hoje a cidade de Manaus) devia ter cinco ou seis mil pessoas. Sua estimativa deve ter levado em consideração apenas a população adulta, pois um censo realizado pela Secretaria de Governo da Província, no ano de 1856, contabilizou 9.813 habitantes livres, sendo 2.124 homens, 2.428 mulheres e 5.261 menores. Havia ainda 368 escravos e 128 estrangeiros residentes, conforme Araújo (1974, p. 104). Pela descrição de Wallace, a população estava consideravelmente miscigenada, composta na sua maior parte de índios e mestiços, de onde se pode concluir que os cálculos oficiais acima mencionados devem ter relacionado todo o contingente da Barra e seus arredores.

A vida, na Barra ou nos seus arredores, era dura e um tanto monótona. Tudo era bastante difícil. Os gêneros alimentícios vinham quase todos por barco, de Belém. Da mesma forma, materiais de construção, tecidos, produtos de higiene e limpeza também eram importados. Quando um pacote se retardava, ou deixava de vir, as necessidades aumentavam ainda mais.

Pertence a esta época a primeira associação recreativa de que se tem notícia no Amazonas: a Sociedade Recreação Amazonense, em atividades nos anos de 1854 e 1855. Tal agremiação parecia dividir com a Irmandade de Nossa Senhora dos Remédios a responsabilidade pela organização das poucas diversões da Barra. Logo em 1861 uma outra

associação: a Sociedade Brilhante Familiar Amazonense passou a anunciar partidas brincantes no jornal.

Com o estabelecimento de linhas regulares de navegação para o Amazonas e a conseqüente migração para os trabalhos de extração da borracha, a Província recebeu pessoas e costumes diferentes. Brasileiros e estrangeiros, vindos de muitas partes, atraídos pela perspectiva de trabalho e enriquecimento, passaram a compor uma nova população. Foi a partir de então que Manaus começou a tomar um perfil cosmopolita, por seus hábitos, mentalidades e gostos.

Na segunda metade do século uma sucessão de temporadas secas castigou de tal forma o Nordeste que, apenas no período de 1892 a 1900, mais de 140.000 pessoas fugiram da miséria, em busca de uma nova vida em outras partes do Brasil. É possível que grande parte deles tenham vindo para o Amazonas atraída pela possibilidade do enriquecimento fácil, mas também amparada pela política de colonização que chegava a recrutar os indivíduos em sua cidade de origem. Mas houve também um grande e variado contingente estrangeiro que se viu atraído pela próspera economia do Amazonas.

Conforme registro da Alfândega, movimentaram-se para dentro do Estado, em 1899, cerca de 53.064 pessoas e saíram 42.566. Já haviam entrado em 1897 aproximadamente 20.905 passageiros e entraram em 1900 mais 48.931. Uma relação de 30 hotéis estabelecidos em Manaus no ano de 1900 mostra registros de 6.619 hóspedes. Neles hospedaram-se 4.534 brasileiros, 675 portugueses, 330 espanhóis, 326 italianos, 220 franceses, 124 russos, 91 peruanos, 63 bolivianos, 59 colombianos, 46 alemães, 37 ingleses, 20 americanos, 17 argentinos, 10 suíços, 10 uruguaios, 9 árabes, 6 holandeses e 2 húngaros.

Deste modo, Manaus chegou ao final do século XIX, com uma população estimada em 40.000 habitantes. Até o fim da primeira década do século seguinte, a cidade continuou crescendo em número de habitantes. Só em 1901 atracaram no porto de Manaus 1.097 embarcações trazendo 29.605 pessoas e saíram 1.074 barcos conduzindo 25.271 passageiros. Este movimento equivale a mais da metade da população.

A vida em Manaus, na virada do século, melhorara muito desde os primeiros anos da Província. A cidade a esta altura possuía serviços públicos que nem mesmo as referenciais capitais europeias podiam sustentar: luz elétrica em crescente rede de abastecimento, assim como água potável, esgotos ligados às residências do perímetro urbano e serviço de bondes,

facilitado pela grande reforma urbanística empreendida pelo governador Eduardo Ribeiro (1893-1896) que dispôs a cidade em um plano cartesiano inspirado no que Haussman fez em Paris.

Um número vultoso de empregados no comércio constituiu uma classe operária que demandou diversos benefícios que o proletariado mundial ainda tardou em conseguir, como a redução da jornada de trabalho em 1908, para oito horas diárias. Para os tempos livres desta nova classe havia escolas públicas noturnas, tanto de primeiras letras quanto profissionalizantes. Podia-se, inclusive, ascender ao ensino artístico da Academia de Belas-Artes do Amazonas (1899), ou mesmo da Escola Universitária Livre de Manaus (1909) que foi a primeira reunião de cursos superiores a que se pode chamar universidade no Brasil e que ofertava cursos de instrução militar, Engenharia Civil, Agrimensura, Agronomia, Indústrias, Ciências Jurídicas e Sociais, bacharelado em Ciências Naturais e Farmacêuticas e Letras. Desde o fim da tarde e por toda a noite, a cidade agora muito maior e modificada desde meados do século XIX, abrigava legiões que se dirigiam a diversões públicas de toda a sorte.

A importância da consideração destas informações acima expostas, presentes na obra de Páscoa (2009), são fundamentais para a observação do contexto inicial do recorte histórico de análise desta pesquisa. Há a necessidade de se realizar um paralelo analítico da cidade e suas esferas de influência no ambiente econômico e social e suas reverberações na produção e consumo artísticos, entre o início do século XX e a atualidade, 100 anos depois.

2.1.1 Relações de consumo cultural: primeiras manifestações

A partir daqui o esforço não é o de reconstituir de forma precisa o desenrolar do processo de consumo cultural em teatro na cidade de Manaus, sob influência dos diversos contextos políticos e sociais pelos quais a sociedade brasileira passou. Até porque, para que isso se concretizasse, haveria necessidade do desenvolvimento de pesquisa específica e contar, sobretudo, com a existência de material de consulta mais contundente do que os disponíveis atualmente. A intenção então, é a de elencar pontos de relevância acerca da temática proposta, para que de uma forma geral, se possa vislumbrar as transições sofridas e o desencadeamento nas questões a serem analisadas a partir da correlação de variáveis na segunda parte deste capítulo.

A historiografia recente acerca de Manaus da época da borracha desenvolveu uma certa crença de que o período da goma elástica teria sido culturalmente incipiente e na melhor das hipóteses medíocre, repleto de manifestações aburguesadas, de gosto aculturado e recepção em idênticos padrões. Mas de forma alguma pode-se dizer que apenas a elite econômica e social compareceu a tais espetáculos. Bastaria argumentar que em 1892 o jornal do operariado local, *O Guttenberg*, tinha seu cronista teatral, que dava pareceres sobre os espetáculos que corriam no Éden e isto já é indicativo suficiente para se perceber que os leitores desse periódico, a classe trabalhadora, também se interessavam, dentre outras coisas, por ópera.



Figura 1 – Cine Éden (atualmente)

Há escassez de crônicas que emitam qualquer opinião a respeito dos espetáculos, nas primeiras décadas provinciais. Inclusive, nestas duas primeiras décadas, poucos foram os periódicos que circularam em Manaus. O primeiro deles, chamado de *Cinco de Setembro*, é hoje raríssimo e o seu sucedâneo, *Estrella do Amazonas*, também é difícil de ser encontrado, ainda que não tão escasso. À mesma época deste último, circulou em Manaus o *Jornal do Amazonas*, o primeiro com este nome, propriedade da Sociedade Aliança Amazonense, sendo dirigido por José Coelho de Miranda Leão Jr. e como impressor Francisco de Paula Britto. Logo depois surgiram o *Jornal do Rio Negro* (1867), o *Correio de Manáos* (1869), o *Commercio do Amazonas* (1869) e um pouco antes deles o *Amazonas*. Os dois primeiros parecem não ter sobrevivido muito tempo, mas os dois últimos, além de terem existido por décadas, tornaram-se jornais de grande porte, nos quais apareceram comentários valiosos sobre a vida artística de Manaus.



Figura 2 – Divulgação de espetáculo de ópera no Teatro Amazonas, pelo *Comercio do Amazonas*, em 1905.



Figura 3 – Divulgação do *Theatro Julieta* pelo *Jornal do Commercio*, em 1910.

Ao conjecturar que os redatores desses jornais, se não eram os articulistas, responsabilizavam-se pelos escritos, concordando com eles, pode-se argumentar pela importância que os periódicos depositavam no acompanhamento das atividades musicoteatrais, com um certo ar de instituições formadoras de opinião e sobretudo do gosto. Assim ocorreu em 1885, quando o cronista do *Jornal do Amazonas* garantiu que o público não se arrependeria com a série de espetáculos que estava sendo dada no Theatro Beneficente, ocupado pelo grupo de Soares de Medeiros.

Boas atuações fizeram com que o público crescesse rapidamente e um número maior de pessoas passasse a se interessar por música e teatro, mesmo que por mera curiosidade. Foi diante desse aumento da procura de lugares na sala do teatro que surgiu a necessidade de se fazer um outro, que acomodasse um pouco melhor os espectadores, resultando no Éden-Theatro, em 1888, uma vez que sem esse tipo de diversão o público se considerava “asfocado pela fatal rotina”.

Há, aqui, a necessidade em se fazer um salto na história por, aproximadamente 40 anos, uma vez que os dados armazenados no governo pelo período das primeiras quatro décadas do século XX foram extintos graças a um incêndio que assolou a Biblioteca Pública Municipal. Segue-se, então, com a perspectiva de Azancot e Costa (2014) sobre o fazer teatral em Manaus a partir dos anos 40, com a propulsão de grupos de teatro importantes, pois refletiriam em suas produções as considerações políticas, sociais e econômicas pelas quais o Brasil passava. Cumpre lembrar que nesse período já houve o declínio da borracha, Manaus passa a perder

visibilidade de investimentos e ainda não se havia anunciado a criação da Zona Franca de Manaus, fato que só se consolidaria em 1968. Trata-se, assim, de uma nova fase na relação de consumo artístico teatral na cidade.

A geração de artistas de teatro atuante por quase 30 anos (1944 – 1968) não estava preocupada se a mensagem contida no texto era capaz, ou não, de sensibilizar o espectador para os grandes temas político-sociais, ou mesmo existenciais, do momento. Por isso, talvez, a preferência em suas montagens pelo melodrama e as comédias eschachadas, ou de certo refinamento de “comédia de boulevard”. Essa atitude artística predominou entre grupos como o Teatro Escola o grupo do Luso Sporting Club, o Teatro Juvenil, o Teatro Pedro Bloch, o Teatro Amazonense de Comédias, etc. Entretanto, não se pode deixar de destacar a qualidade cênica desses grupos e o alto nível de interpretação dos atores e atrizes, embora parecessem fechar os olhos para as mudanças que estavam ocorrendo no teatro brasileiro, principalmente com o surgimento em São Paulo do Teatro de Arena e do Teatro Oficina, estendendo-se aos grupos de teatro universitário, atuantes no Rio Grande do Sul, Pernambuco, e até mesmo no Estado vizinho, Pará, com a montagem histórica de “Morte e vida Severina” (1958).

No Amazonas, a nova geração de artistas-estudantes, formada politicamente nos diretórios estudantis, não fica imune às transformações sociais e políticas por que o país passou, principalmente após a revolução de 64. É o momento em que o teatro não comporta mais espaço para os dramas de Pedro Bloch e a nova plateia, também atingida pela repressão, exige nova postura de seus artistas. Há nesse instante, uma explosão de criatividade em todos os setores da arte: na música, com Chico Buarque, Caetano Veloso, Edu Lobo, Gilberto Gil, Geraldo Vandré, Tom Jobim; no teatro, com o Teatro de Arena, o Oficina, o Teatro do Oprimido; no cinema, “Deus e diabo na terra do sol”, “Vidas secas”, “Os fuzis”.

É dessa época de cobrança de posicionamento e de conscientização política que surge o Teatro Universitário do Amazonas – TUA, que marca sua passagem pelos palcos com duas montagens históricas: “A exceção e a regra” e “O espião”, ambas de Brecht, escritor maldito, pesadelo dos censores federais. É com esse grupo que o diretor paulista Nielson Menão, fundador do Teatro Experimental do Sesc - Tesc, realiza seu primeiro trabalho em terras amazônicas, “O espião”. Se existe um elo de passagem entre o trabalho teatral realizado antes do surgimento do Tesc, esse elo foi o TUA.

O Tesc se constituiu como um marco divisório no teatro amazonense. É o primeiro grupo de teatro com uma proposta concreta de encenação voltada para a realidade amazônica, abordando temas que vão desde os mitos indígenas aos aspectos de luta contra a ocupação europeia na região, sobre o ciclo econômico da borracha, os governos populistas, sem deixar de fora a novíssima Zona Franca nos seus primeiros momentos de euforia. Além dessas incursões no histórico cultural amazônico, o que diferenciava o Tesc dos demais grupos era o fato de manter seus espetáculos em longa temporada no próprio teatro.

Nos dois últimos anos da década de 60 e no alvorecer dos anos 70 houve uma efervescência artístico-cultural com a realização dos festivais de cultura que incentivavam os setores de teatro, música, dança e literatura, com verbas para montagens e prêmios aos melhores classificados. Em 1975, o Tesc promove um festival de teatro no qual despontam alguns grupos com elencos jovens. Um deles, o Grupo Laboratório da Aliança Francesa, e o outro, Grupo Liberdade.

Aproximando-se do final da década de 70 e estendendo-se pelas duas décadas seguintes, há uma proliferação de novos elencos que alardeiam sua formação e pretensões cênicas e logo desaparecem. Outros, entretanto, persistem e deixam registrada nos palcos a marca de seu talento. É o caso do Grupo Universitário de Teatro do Amazonas – Gruta, coordenado pelo filósofo Marcos José de Lima, avesso ao chamado teatro convencional palco – plateia, às montagens “a la Broadway”, que classifica como “teatro lamé” e aproxima-se do Teatro do Oprimido, de Augusto Boal. Aliás, é do próprio Boal a frase, muito parecida com a de Marcos José: “A Broadway é o cemitério do teatro”.

O público preferencial do Gruta é o da periferia¹, seja nas praças, nas ruas ou em uma escola de bairro. Muitas vezes, o elenco chegava com o espetáculo a certo local e à medida que ia compondo o espaço para a encenação as pessoas passantes começavam a formar um ajuntamento, uma plateia improvisada, mas não passiva, capaz de tornar-se participante e interagir com o elenco. Para desenvolver esse tipo de teatro, Marcos José preocupou-se com a formação de seu elenco, principalmente na preparação do ator, sobre o conhecimento e a prática das teorias teatrais, principalmente o “distanciamento” brechtiano e aspectos filosóficos da dialética marxista.

¹ Aqui tem-se um primeiro registro documental sobre o teatro sendo realizado para o público das periferias em Manaus, descentralizando o acesso, configurando os primeiros discursos de acesso e acessibilidade.

Outro grupo, talvez não muito engajado politicamente à maneira do Gruta, é o Grupo Origem, que assinala sua presença com uma encenação impregnada de simbolismos e questionamentos existenciais. A montagem de “Assim falou Zaratustra”, baseadas nos textos de Nietzsche, é emblemática quanto às diretrizes de Francisco Cardoso, o diretor. Essa peça de difícil compreensão para o espectador comum foi esnobada pelo próprio estudante universitário que a ignorou quando de sua apresentação no campus universitário. Francisco Carlos e o Grupo Origem, para o bem e para o mal, não fizeram escola com esse teatro enigmático. Grande parte dos grupos teatrais de Manaus optou por soluções simplistas, voltando-se para as montagens de textos infantis, de adaptações de qualidade duvidosa.

São inúmeras as propostas e tendências que os grupos teatrais colocaram como objetivo primordial de seus trabalhos. Alguns, para atingir a meta, tiveram sérias preocupações estéticas, buscaram bons textos, prepararam tecnicamente os atores, a cenografia, a iluminação. Outros, desprovidos de conhecimento mais sólido sobre a arte teatral, não ultrapassaram o plano do convencional e simplório.

A história do teatro brasileiro tem sido reconstruída com mais fidelidade não apenas tomando como base os depoimentos dos fundadores dos grupos, dos grandes diretores, dos atores e atrizes, dos cenógrafos. Eles são fundamentais, entretanto, o peso da crítica registrada em periódicos como *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Folha de São Paulo*, *Estadão*, *Revista Veja*, *IstoÉ*, assinadas em colunas pelos grandes críticos, dão uma conotação de imparcialidade e análise, que, com base apenas na opinião do elenco, é impossível.

Em Manaus, a realização de um trabalho crítico sobre a história do teatro esbarra na limitação da ausência do crítico, com coluna especializada. As pesquisas feitas em jornais, na data em que a montagem foi apresentada, remete às opiniões alheias dos atores, atrizes, autor do texto, diretor do grupo e, como não é de se esperar, sempre elogiosas e favoráveis aos trabalhos cênicos apresentados por seus elencos. Aqui e ali, um jornalista mais audacioso comenta e assina uma crítica sobre algum espetáculo, sobre o público, um fato raro mas uma contribuição valiosa para a história do teatro amazonense.

As configurações contextuais que oportunizaram o acontecimento artístico na cidade de Manaus, inspiram a discussão necessária na escrita desta dissertação, no sentido que o diálogo analítico entre as propulsões sociais, econômicas e históricas confluem na construção da identidade do homem amazônico e, conseqüentemente, nas suas escolhas poéticas.

2.1.2 Identidade amazônica: primeiras análises

Com a prerrogativa de compreender os processos culturais por que os consumidores de cultura, atualmente componentes da sociedade manauara passaram, vale relacionar as questões de formação da identidade cultural com as informações acima obtidas sobre o tema. A multiplicidade das influências culturais ocorridas na formação da sociedade de Manaus é um importante elemento de observação quanto às escolhas artísticas posteriormente realizadas.

O “adestramento” sofrido pela composição histórica da sociedade brasileira foi (e é) revivido pela sociedade manauara do fim do século XIX/início do século XX. Com a intensificação da extração da seringa para composição da borracha – motivo de grande riqueza e intenso desenvolvimento da cidade de Manaus, bem como de polos na região amazônica – o recebimento de tantos estrangeiros e de tantas partes do mundo, embora a maioria fosse originária do continente europeu, influenciou diretamente a produção artística local e, por consequência, o que seriam as primeiras manifestações de consumo cultural da cidade da recente república.

O conceito do capital cultural como um fator de distinção entre os seres humanos, quanto às suas escolhas estéticas de apreciação e consumo artísticos advindo de outros dois medidores de influência: o capital escolar e o capital cultural herdado (família), será abordado com maior profundidade nas páginas adiante. No entanto, vale nesse momento trazer a reflexão sobre os efeitos do global e do local na construção de identidades, que Hall (2006, p.77-78) discute e que se relaciona com esta forma de observação do processo de consumo em Manaus no início do século passado, quando afirma que ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar em uma nova articulação entre o global e o local. Este local não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização. Entretanto, parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações globais e novas identificações locais.

Desta forma, a necessidade deste estudo parte da intenção de compreender os processos que estão implícitos no contexto de formação da sociedade manauara, população desta pesquisa, e analisar de que forma que a influência do recebimento de múltiplos povos (e

culturas), o investimento da modernização da cidade com base no extrativismo vegetal que logo se exauriu e deixou a cidade “órfã” desta importante fonte de financiamento, a consideração da escola como elemento contributivo para a percepção estética do mundo e a formação das famílias miscigenadas, de forma a reverberar em uma constituição muito específica da sociedade.

Os processos culturais artísticos na cidade de Manaus nasceram de mais uma imposição pela sociedade dominante da época e repercutiram na construção da identidade da sociedade atual e sua forma de consumo, despertando a necessidade de aprofundamento teórico das correntes que contribuirão para se compreender e discutir estas dinâmicas que contextualizam a pesquisa em tela.

2.2 AS MÚLTIPLAS CULTURAS

A discussão acerca da dificuldade em se dimensionar o campo de abrangência do que viria a ser hoje a determinada “Cultura”, desencadeia uma discussão sobre a dimensão dos estudos referentes a sua existência na sociedade e de que forma ela pode ser desenvolvida cada vez mais em favor da congruência de ações dentro de uma esfera globalizante. Inclusive a ligação entre a palavra cultura e sociedade seria uma forma de ilustrar a complementariedade de termos, mesmo que se considere o processo evolutivo por que passou o contexto da palavra, como afirma Eagleton (2005, p.19).

Ainda sobre essa evolução das perspectivas do conceito de cultura, Eagleton (2005, p. 25) aponta que embora as palavras “civilização” e “cultura” continuem sendo usadas de modo intercambiável, em especial por antropólogos, cultura é agora também quase o oposto de civilidade. Ela é mais tribal do que cosmopolita, uma realidade vivida em um nível instintivo muito mais profundo do que a mente e, assim, fechada para a crítica racional. Ironicamente, ela é agora mais um modo de descrever as formas de vida “selvagens” do que um termo para civilizados.

Essa dimensão aponta-se com maior propriedade quanto às relações e formas de expressar aquilo que de uma forma geral poderia ser encarado como a reverberação dos costumes identitários (que serão destrinchados mais adiante) de um determinado povo,

considerando o caminho de construção dessa identidade, seja através do processo histórico de colonização, seja pela natural e mútua influência que a geografia política do mundo promove em questões de multiculturalização.

Sobre a leitura multifacetada que se tem da cultura, em virtude da transversalidade de sua consideração, Cunha (2009, p. 73-82) desperta para o tema diversas citações e referências de grandes pesquisadores das ciências sociais, filosofia, história e cultura de maneira geral e introduz Foucault quando afirma que não se é capaz de enunciar um conceito de cultura que dê conta de todas as suas dimensões. A partir desse momento o traçado de pensamento segue realizando paralelos entre as correntes filosóficas e pensamentos que vem se configurando no contexto do tema. Sobre a “emergência” apontada pela autora, a cultura está no lugar de enfrentamento e afrontamento, que não pode ser compreendido como ponto inaugural e que resulta do efeito de deslocamentos, reposicionamentos ou inversões de paradigmas e valores pré-estabelecidos.

A emergência da cultura passou por três principais fases na história que foram marcadas no Iluminismo, quando representava o progresso intelectual, espiritual e material das políticas e do Estado; no Idealismo ao representar o modo de vida de um povo, seus costumes, valores e língua e, em último momento, a partir do século XIX quando passa a se tornar fator de distinção social, o surgimento da “alta cultura”.

Coelho (1997, p.102) traz o conceito de cultura de forma a inserir a consideração da mesma como elemento contributivo para a compreensão do que virá a ser o processo de consumo cultural ao afirmar que em sua conceituação mais ampla, cultura remete à ideia de uma forma que caracteriza o modo de vida de uma comunidade em seu aspecto global totalizante. Num sentido mais estrito, cultura designa o processo de cultivo da mente, nos termos de uma terminologia moderna e cientificista, ou do espírito, para adotar um ângulo mais tradicional. Sob este aspecto, o termo aponta para um estado mental ou espiritual desenvolvido, como na expressão “pessoa de cultura”; o processo que conduz a esse estado, de que são parte as práticas culturais genericamente consideradas; os instrumentos (ou os media) desse processo, como cada uma das artes e outros veículos que expressam ou conformam um estado de espírito ou comportamento coletivo.

A crítica da cultura vem em consonância com a inabilidade em conceituar o tema e as reverberações consequentes disso, como a contestação contemporânea ao confinamento da

cultura ou do valor da cultura à esfera letrada erudita, em outras palavras, o embate da cultura da minoria e a cultura da maioria.

Nos confrontos criados sobre a denominação de “alta cultura” em detrimento de um outro tipo de cultura como a “de massa”, resvalando-se nas estratificações sociais e econômicas como argumentos de justificativa de existência dessas considerações da cultura, pode-se observar em Bourdieu (2007, p.9) uma certa compreensão dessa discussão ao dizer que contra a ideologia carismática segundo a qual os gostos, em matéria de cultura legítima, são considerados um dom da natureza, a observação científica mostra que as necessidades culturais são o produto da educação: a pesquisa estabelece que todas as práticas culturais (frequência dos museus, concertos, exposições, leituras, etc.) e as preferências em matéria de literatura, pintura ou música, estão estreitamente associadas ao nível de instrução (avaliado pelo diploma escolar ou pelo número de anos de estudo) e, secundariamente à origem social.

Rubim (apud Nussbaumer, 2007, p.144) reforça: Mais um expediente pode ser destacado no processo de consubstanciação da cultura contemporânea. Trata-se da culturalização da mercadoria, processo tão bem assinalado em estudos recentes acerca das chamadas economias ou indústrias criativas. Neste âmbito, cabe registrar o crescente papel de componentes simbólicos na determinação do valor das mercadorias, mesmo sob o formato de bens materiais.

A cultura passa a ser efetivamente reconhecida como uma dimensão simbólica que dá sentido ao mundo e que impregna todo um universo de produtos, comportamentos, estilos de vida, etc. A cultura contemporânea se vê constituída e perpassada, igualmente, por fluxos e estoques culturais de tipos diferentes. De um lado, emerge um processo de globalização, conformando produtos culturais que, fabricados de acordo com padrões simbólicos desterritorializados, buscam se posicionar em um mercado mundial de imensas dimensões controlado por mega-conglomerados, oriundos de gigantescas fusões de empresas que associam cultura, comunicação, entretenimento e lazer. De outro lado, reagindo a este processo de globalização, brotam em vários lugares manifestações confeccionadas por fluxos e estoques culturais locais e regionais. Mesmo no âmbito da cultura global, surgem espaços destinados aos produtos típicos, conforme Rubim (apud Nussbaumer, 2007, p.144).

Um importante desafio é apresentado pela disciplina acadêmica de “estudos culturais”. Cultura nessa disciplina inclui belas artes, literatura e conhecimentos, as matérias regulares do

currículo das ciências humanas, mas abrange também as artes negras da mídia e a esfera vagamente demarcada da cultura popular (um misto do que costumava ser chamado de folclore e arte proletária, mais os esportes). Essas formas de cultura são valorizadas de maneira bastante distintas, de acordo com Kuper (2002, p. 290).

Os estudos culturais seriam, então como um rico campo de observação das mais diversas propulsões de expressão e que traduzem o diálogo sobre a dimensão de possibilidades e conexões que não caberiam em um único contexto porque, inclusive, não se trata de uma única cultura, talvez não se tenha essa singular “cultura”, mas a soma dos todos e das muitas arestas que envolvem as possibilidades advindas com a existência da palavra.

Gomes e Junior (2011, p.15) trazem o conceito da “virada cultural” como um importante fator de análise da dimensão transversal da cultura como produtora de bens simbólicos ao afirmar que esta ideia trata de que qualquer ordem econômica somente funciona quando é constituída por uma dimensão simbólica, isto é, que o econômico é operacionalizado ou se torna real dentro da dimensão cultural.

Da política à economia, incluindo o espaço dos negócios e dos empreendimentos comerciais, todos os processos e práticas da vida social estão envolvidos com questões culturais. Levando em conta essa situação, não seria possível atribuir à cultura um papel secundário. É, portanto, esse processo que revela a centralidade da cultura hoje. Nesse cenário é que a reflexão sobre a importância da cultura na vida social se afirma, sem recorrer a uma lógica dicotômica do tipo cultura *versus* economia. Ao invés disso, borram-se as fronteiras, bem como uma relação hierárquica entre elas.

A partir dessa compreensão da cultura como a promotora de codificações simbólicas que resvalam na consideração social do indivíduo que a partir de então, passa a ser chamado de consumidor desta cultura, porque usufrui dos símbolos produzidos pela arte entendida como artifício de uma determinada identidade cultural, Bourdieu (2007, p.9-10) acrescenta elementos à discussão da nobreza cultural *versus* a cultura de massa, que possui conceito a ser apresentado adiante.

A definição de nobreza cultural é o pretexto para uma luta que, desde o século XVII até nossos dias, não deixou de opor, de maneira mais ou menos declarada, grupos separados em sua ideia sobre a cultura, sobre a relação legítima com a cultura e com as obras de arte, portanto, sobre as condições de aquisição, cujo produto é precisamente estas disposições: a definição

dominante do modo de apropriação legítima da cultura e da obra de arte favorece, inclusive, no campo escolar, aqueles que, bem cedo, tiveram acesso à cultura legítima, em uma família culta, fora das disciplinas escolares; de fato ela desvaloriza o saber e a interpretação erudita, marcada como “escolar”, até mesmo, “pedante”, em proveito da experiência direta e do simples deleite. E, ainda, a obra de arte só adquire sentido e só tem interesse para quem é dotado do código segundo o qual ela é codificada.

Segundo Leitão (2003, p.116) vale ressaltar que a cultura tem assumido um papel de relevância nas sociedades capitalistas. A este respeito, a cultura de massas é emblemática de um novo tempo em que os bens culturais passam a ser produzidos, vendidos e difundidos planetariamente. Constituída por todo um amálgama de símbolos, mitos e imagens vinculados ao cotidiano e ao imaginário, ela se integrará a outras marcas culturais dos indivíduos e dos grupos sociais (locais, profissionais, religiosas, etc.). O fato é que, com o desenvolvimento de novas tecnologias, a cultura se banaliza na segunda metade do século XX, perdendo por conseguinte o seu caráter sagrado, já que sua nova orientação para o consumo destruirá a autonomia e a hierarquia estéticas próprias à cultura tradicional. A presença obsessiva dos objetos, o reino das aparências e dos simulacros, o empavonamento do corpo, a efervescência dos megaspectáculos, a trivialização da arte são, portanto, expressões de uma sociedade que se culturaliza.

Cuche (1999, p.143-144) lembra que as culturas nascem de relações sociais que são sempre relações desiguais. Desde o início, existe então uma hierarquia de fato entre as culturas que resulta da hierarquia social. Pensar que não há hierarquia de fato entre as culturas seria supor que as culturas existem independentemente umas das outras, sem relação umas com as outras, o que não corresponde à realidade. Se todas as culturas merecem a mesma atenção e o mesmo interesse por parte do pesquisador, isto não leva à conclusão de que todas elas são socialmente reconhecidas como de mesmo valor. Não se pode passar assim de um princípio metodológico a um julgamento de valor.

Dizer que os grupos socialmente dominados não são desprovidos de recursos culturais próprios, e sobretudo da capacidade de reinterpretar as produções culturais que lhes são impostas em maior ou menor grau, não significa, no entanto, voltar à afirmação que todos os grupos são iguais e que as suas culturas são equivalentes. Em um dado espaço social, existe sempre uma hierarquia cultural. Karl Marx assim como Max Weber não se enganaram ao afirmar que a cultura da classe dominante é sempre a cultura dominante. Ao dizer isto, eles não

pretendem evidentemente afirmar que a cultura da classe dominante seria dotada de uma espécie de superioridade intrínseca ou mesmo de uma força de difusão que viria de sua própria “essência” e que permitiria que ela dominasse “naturalmente” as outras culturas.

Nesta perspectiva, uma cultura dominada não é necessariamente uma cultura alienada, totalmente dependente. É uma cultura que, em sua evolução, não pode desconsiderar a cultura dominante (a recíproca também é verdadeira, ainda que em um grau menor), mas que pode resistir em maior ou menor escala à imposição cultural dominante.

Mas, como afirmam Durão, Vaz e Zuin (2008, p. 208), a cultura de massas não está interessada em transformar seus consumidores em praticantes de esportes, mas em torcedores devotos nos estádios. Na medida em que a cultura de massa reflete a totalidade da vida como um sistema completo de disputas competitivas abertas ou clandestinas, ela entroniza o esporte como se fosse a própria vida, e elimina a tensão e diferença entre o domingo esportivo e a miserável semana de trabalho, a tensão que a melhor parte do esporte preserva. Isso é o que se obtém com a liquidação completa do brilho estético. Até a pseudopraxis é neutralizada pela cultura de massa numa plasticidade que se renuncia, no mesmo instante, na *esportificação* dos produtos.

A principal consequência dessas discussões aqui pontadas, é o então surgimento do conceito de identidade cultural que, como Cuche (1999, p. 176-177) afirma no âmbito das ciências sociais, o conceito de identidade cultural se caracteriza por sua polissemia e sua fluidez. Apesar de seu surgimento recente, este conceito teve diversas definições e reinterpretações. A identidade cultural remete, em um primeiro momento, à questão mais abrangente da identidade social, da qual ela é um dos componentes. Mas a identidade social não diz respeito unicamente aos indivíduos. Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob um certo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural.

A consideração da identidade cultural em consonância com o conceito de cultura nacional (onde o indivíduo se forma), é apresentado por Hall (2006, p.49 – 51) quando afirma que a nação não é apenas uma entidade política mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas

participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu “poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade”.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades.

As dimensões da cultura como produtora de bens simbólicos relacionam-se com a expressão artística em todo o mundo e vem ganhando espaço para novos conceitos e a revisão de outros no que tange sua relação com a atual sociedade. Há uma latente manifestação sobre a consideração da relação artista x público, e seus mais diversos interlocutores. O Estado tem fundamental importância na reflexão de um processo de formação do cidadão que, por sua vez, é um dos principais fatores de resposta ao afastamento notável que percebemos hoje entre público e cultura, entendida como arte.

Durante muitos anos foi se construindo segmentações do processo cultural em relação a suas formas de consumo. Hierarquizaram-se as camadas da população em virtude de atingir outras “qualidades” de definição do que viria ser cultura, sem muito considerar as várias “culturas” que se é possível atingir.

As fragilidades hoje desse sistema são apontadas principalmente pelas deformidades no processo de formação, isso já foi dito várias vezes porque se trata de algo urgente quanto a uma mobilização social em função da possível resolução dessa necessidade social.

A construção de uma potência em desenvolvimento, como a arte no Brasil, denota a união de diversas áreas e campos de pesquisa; não são ações e fatos isolados, pontuais, que garantirão o sucesso de empreitadas que potencialmente se revelariam referências, mas que se perdem pela incapacidade de administrar fragilidades primeiras e que tendem a ser cada vez mais nutridos com programas políticos populistas e totalmente descompromissados com o ideal de uma sociedade efetivamente potencializada e estimulada a desenvolver suas múltiplas possibilidades.

O engajamento, hoje, deve partir dos empreendedores de iniciativas privadas e públicas. Há uma pulsação que nos movimenta para articularmos a infinidade de ações que promovam o desenvolvimento da cultura e, sobretudo, a relação da comunidade com o seu bem maior de significação social. Falta assumir esses pontos para que se caminhe, cada vez mais, rumo a um país que realmente faça jus à ideia de acesso cultural igualitário.

2.3 BRASIL POLÍTICO: AS ARTES COMO ENFOQUE DA AÇÃO PÚBLICA

As políticas culturais são definidas por Coelho (1997, p.292) como programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sob esse entendimento imediato, a política cultural apresenta-se assim como o conjunto de iniciativas, tomadas por esses agentes, visando promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e a divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável.

O conceito de política cultural não pode, de forma alguma, ser compreendido como forma única de atendimento às necessidades de uma população, por parte de seu governo, ele também representa uma resposta à demanda social. Neste caso, o autor da política cultural não toma propriamente a iniciativa do processo mas limita-se a reagir segundo as reivindicações que lhe são apresentadas.

O histórico brasileiro de políticas públicas voltadas à cultura é bastante insípido, se consideradas as relações que vem sendo desenvolvidas em todo o mundo. No entanto, a mobilização política surgida no século passado, em favor de uma participação mais ativa do Estado na condução das prioridades no campo da cultura, foi fortemente articulada por artistas, pensadores, pesquisadores e intelectuais, ilustrando que há uma mobilização social em favor da cobrança do sistema público sobre ações eficazes no sentido da promoção cultural.

Que parte de um processo absolutamente entrosado e imbricado pelos principais atores sociais envolvidos, isso não se tem dúvida. Rubim (2007, p.13) nos ilustra isso quando diz que falar em políticas culturais implica, dentre outros requisitos em, pelo menos: intervenções conjuntas e sistemáticas: atores coletivos e metas. As políticas culturais no Brasil sofrem um

processo de dispersão, fragmentação, desigualdade e impregnação das atenções necessárias. Estas mesmas políticas estiveram por muito tempo desvinculadas do processo de educação do brasileiro, por isso talvez, o tardo que enfrentamos nessa conjugação de mobilização social em função do consumo cultural nas suas mais diversas expressões e articulações.

Conforme apresenta Calabre (In: Rubim; Barbalho, 2007, p. 99; 101) uma política cultural atualizada deve reconhecer a existência da diversidade de públicos, com as visões e interesses diferenciados que compõem a contemporaneidade. A base de um novo modelo de gestão está no reconhecimento da diversidade cultural dos distintos agentes sociais e na criação de canais de participação democrática. A tendência mundial aponta para a necessidade de uma maior racionalidade do uso de recursos, buscando obter ações ou produtos (um centro de cultura, um museu, uma biblioteca, um curso de formação) capazes de se transformar em multiplicadores desses ativos culturais.

No Brasil, as políticas culturais do Estado ganharam consistência a partir da promulgação da Lei Sarney de incentivos fiscais, em 1986. Em 1983, no Fórum Nacional de Secretários de Cultura, a questão do estabelecimento de fontes alternativas de financiamento à cultura foi intensamente debatida. Em sua segunda edição, realizada no Rio de Janeiro, em 1984, com representantes de 19 estados e territórios, foi acentuada a necessidade de criação de mecanismos fiscais que atraíssem investimentos para a área. Em janeiro de 1985, o governo de José Sarney criou o Ministério da Cultura, que ficou sob gestão de Celso Furtado, e no ano seguinte, a alternativa de lançar à iniciativa privada a responsabilidade de investir em arte e cultura foi finalmente regulamentada através da Lei Sarney. Em março de 1990, no início da pressão nos setores artísticos, mobilizados e mais organizados nesse momento histórico do país, fez com que o novo governo sancionasse uma segunda lei que recebeu o nome de Lei Rouanet, em homenagem ao Secretário de Cultura da Presidência, embaixador Sérgio Paulo Rouanet. Através dessa Lei foi criado o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e foram instituídos os instrumentos de fomento e estímulo a projetos culturais: Fundo Nacional de Cultura (FNC), Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART) e Incentivo a Projetos Culturais (MECENATO), conforme Ramos (2008, p.46).

De acordo com a declaração de René Maheu, Diretor Geral da UNESCO, em 1970: “Se cada um, como parte essencial de sua dignidade pessoal, tem o direito de participar da herança cultural e das atividades culturais da comunidade – ou melhor, das diferentes comunidades às quais os homens pertencem (e isso, é claro, inclui a comunidade última, a

humanidade) – segue-se que as autoridades responsáveis por essas comunidades tem o dever, conforme seus recursos lhes permitirem, de prover a essa pessoa os meios para essa participação. (...) Da mesma forma, todos têm o direito à cultura, assim como tem à educação e ao trabalho. Essa é a base e o primeiro propósito da política cultural.” Reis (2006, p.174).

A partir dessa primeira iniciativa, outras tantas leis de incentivo à cultura foram criadas no âmbito de governo Estadual e Municipal, gerando um crescimento significativo dos investimentos em cultura no País e um forte incremento do setor cultural, acompanhado da profissionalização e especialização crescente entre trabalhadores da área. No Brasil, as leis de incentivo à cultura significaram uma possibilidade concreta de realização, mas, ao mesmo tempo, estimularam a regulamentação da cultura pelo mercado, fato que exigiu maior instrumentalização do profissional da cultura. O novo panorama conduziu os profissionais da cultura a um esforço de atualização e formação intelectual e técnica.

Como forma de integrar, então, o tema desta pesquisa acadêmica - o consumo cultural das artes - com a questão das políticas públicas para cultura, é importante lembrar o discurso e as pesquisas de Bourdieu ao defender a teoria do capital escolar x capital cultural. O primeiro discorre sobre os títulos e o aprendizado secular que temos “acesso” no processo formal de educação das sociedades contemporâneas, e o segundo refere-se à gama de formação adquirida por influência, principalmente, da família e que reflete tanto o capital escolar de cada indivíduo de um mesmo núcleo, como também os níveis de intimidade com os bens culturais, dependendo da trajetória de cada um. No Brasil, não temos ainda um programa público firmemente alicerçado no sentido de buscar alimentar, com estratégias pertinentes, a questão da precariedade tanto na formação secular do cidadão, como na formação cultural, no sentido mais amplo da palavra.

A partir do que afirma Yúdice (2004, p.27), no século XXI o uso da cultura pelo poder público e privado se diversifica. Esse século marca a passagem da *cultura-mercadoria* para a *cultura-recurso*. Isso significa que a cultura é hoje vista como algo em que se deve investir. Esse pensamento não está fundamentado apenas no retorno institucional que as empresas têm através do patrocínio cultural, mas principalmente no fato de que a cultura está sendo invocada para resolver problemas que antes eram de domínio da economia e da política. Nesse contexto, a cultura é pensada como instrumento de cidadania e de promoção e ressignificação da identidade coletiva.

O autor ainda continua, quando afirma que é quase impossível encontrar declarações políticas que não arregimentem a instrumentalização da arte e da cultura, ora para melhorar as condições sociais, ora para estimular o crescimento econômico através de projetos de desenvolvimento cultural urbano e proliferação de museus para incrementar o turismo cultural.

Em consulta ao site do Ministério da Cultura sobre os programas em desenvolvimento ou em estudo de implementação, sobre a aliança entre cultura e educação em virtude do desenvolvimento nacional, impulsionado pelo mercado cultural, encontra-se alguns fatores que valem a pena ser destacados nesse momento. Há um programa chamado de “Educação e Comunicação para a Cultura”, em texto retirado do próprio site:

O Programa foi recentemente criado em 2011, no âmbito da Secretaria de Políticas Culturais, e ainda está em fase de implantação, porém a definição da missão e das ações a serem implantadas, estão em fase de execução. Desenvolver uma Política Nacional de Integração entre Educação e Cultura que promova o reconhecimento das artes como campo do conhecimento e dos saberes culturais como elemento estratégico para qualificação do processo cultural e educativo. Formar educadores, gestores e agentes de desenvolvimento cultural, neste contexto em que estes reivindicam além dos cursos, também os conteúdos e metodologias, implica dotar aos participantes desse processo formador a pertença a ação educativa em que tornam-se corresponsáveis a todo processo da formação dando-lhe uma compreensão mais aprofundada de como se processa e funcionam as entidades educacionais, tornando-lhe também mais crítico do que sejam as instituições educativas, da sua construção histórica e organizacional, assim podendo contribuir com os avanços dessas próprias instituições, possibilitando novas perspectivas socioeducativas ampliando possibilidades para a atuação das comunidades e organizações sociais e culturais dentro dos espaços educativos formais e acadêmicos e também abrindo uma questão que antes não era abordada, sobre o papel das organizações culturais populares no sistema educacional.

Mais adiante no item “AÇÕES PRIORITÁRIAS”, pode-se destacar uma:

1. Mais Cultura nas Escolas: Sua finalidade é fomentar ações que promovam o encontro entre o projeto pedagógico de escolas públicas e experiências culturais e artísticas em curso na comunidade local, potencializando a participação destas no processo de aprendizado escolar e ampliando os agentes sociais responsáveis pela melhoria da educação pública.

Esses textos destacados da página de “Políticas, Programas e Ações” do Ministério da Cultura são para refletir o discurso apontado até aqui, sobre a fragilidade que o setor público ainda possui quanto a políticas e estratégias de aproximação do processo formativo que envolve educação e cultura em função da formação social do indivíduo e, conseqüentemente, a promoção do desenvolvimento nacional.

O acesso a bens culturais, o consumo cultural, ou simplesmente o processo de consumo cultural em um país como o Brasil não é simples de ser percebido e tratado, pois carrega consigo anos de muita inconsistência. Hoje, por ineficiência de um ou outro aparelho social e cultural, as funções foram entrelaçadas de maneira que não se é tão possível definir com clareza os deveres e responsabilidades das respectivas instituições sociais. O que é possível de se fazer é assumir as responsabilidades, de acordo com o seu fazer, de acordo com sua finalidade na sociedade e entender que, sob esse ponto de vista, o Estado muito tem a cumprir. Ainda há muito ser alcançado em políticas públicas no Brasil e, por consequência disso, ainda há uma longa trajetória de harmonização da aliança entre a sociedade civil e o poder público.

Um ponto chave para a compreensão da necessidade de respaldo teórico no campo das políticas culturais para esta dissertação é a relação com as estratégias de atuação políticas possíveis, a partir da mensuração de dados e colaboração estatística para a criação de políticas culturais eficazes. De acordo com Calabre e outros (2011, p. 77-78) a construção de indicadores, e no caso da cultura não pode ser diferente, deve estar assentada inicialmente em duas perguntas: 1. O que queremos medir? 2. Por que queremos medir algo? Indicadores culturais devem se prestar a subsidiar as atividades da gestão pública de cultura, tendo como princípio básico o de que a cultura é um direito do conjunto dos cidadãos que está garantido pela Constituição. Um indicador informa algo sobre uma realidade, a mensuração sistemática das ações e políticas permite perceber as mudanças que estão sendo processadas.

Para a elaboração de políticas culturais, tem que se possuir os dados das práticas, da produção, do consumo, dos serviços, etc., pensando tais informações como essenciais para a construção de ferramentas de monitoramento da realidade. É fundamental não perdermos de vista que a lógica de produção das informações que se encontram atualmente disponíveis (IBGE, Banco Central, sociedades arrecadadoras, fontes do tesouro, etc.), foi elaborada para atender às perguntas do governo, oriundas, na maioria das vezes, da área econômica, ou para fiscalização pública contábil.

No caso da cultura, para o aprofundamento do conhecimento sobre a área, não é necessário somente produzir indicadores, mas também a produção de informações. Os processos de produção e consumo na cultura são complexos, fugindo em diversas oportunidades a classificações convencionais, muitos deles restritos ao campo que é chamado de informalidade.

Foram realizadas nos últimos anos importantes pesquisas por Institutos e pesquisadores que, cada vez mais, tem se especializado e ganhado um rigor aprimorado na análise setorial da Cultura no Brasil. Em 2004, ainda na gestão do Ministro da Cultura, Gilberto Gil, o MinC e o IBGE assinaram um histórico acordo de cooperação técnica com o intuito de, a partir de então, iniciar um importante estudo, com vistas à formatação de indicadores, sobre a Cultura no Brasil e, assim, potencializar novas ferramentas de construção de políticas públicas do setor.

O acordo de cooperação técnica estabelecido entre as duas instituições teve por objetivo, entre outros aspectos, formular estratégias para a construção de um conjunto de estatísticas e indicadores culturais e propor o desenvolvimento de linhas de pesquisa para suprir as lacunas existentes na produção de informações culturais. Iniciava-se, dessa forma, um importante passo dado rumo à obtenção de indicadores que relativizassem a percepção das políticas públicas culturais brasileiras.

Em texto retirado do site do MinC, no período em que o acordo foi assinado, é possível perceber o reconhecimento do ineditismo da ação e qual as principais intenções na realização do mesmo: “A iniciativa da parceira é inédita e tem o objetivo de criar um sistema de informações e indicadores sobre a área cultural e mantê-lo em permanentes atualizações. No acordo, está prevista a criação de uma comissão técnica mista, com representantes do MinC e do IBGE, com a finalidade de tratar da sistematização das fontes de cultura existentes no país com a perspectiva de viabilizar a construção de um sistema nacional de informações e indicadores culturais. Com duração estimada em cinco anos, o acordo prevê a assinatura de convênios específicos para cada projeto de interesse de ambas as partes.”

Assim foi criado o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), que como o texto acima diz, tinha até o ano de 2009, cinco anos após sua criação, para consolidar-se como um primeiro instrumento tático de medição e apontamento dos principais indicadores culturais, servindo-se das informações disponíveis nos centros de formação e produção cultural no país, para tornar-se um parâmetro de atuação em áreas específicas do Governo Federal, através dos mecanismos de elaboração e implementação de políticas públicas para a Cultura. Em informações também disponíveis no próprio site do MinC, a implantação do mesmo iniciou-se em dezembro de 2011.

Outro importante acordo de cooperação técnica também foi assinado, em período semelhante, desta vez com o IPEA. Partindo do pressuposto que na gestão em que se encontrava o Ministério da Cultura, havia uma veemente necessidade de se saber dos quantitativos produzidos e potencializados com as ações do MinC e que estavam se perdendo à medida que a sistematização do registro e análise desses dados não era realizada. Com o IPEA o intuito do Ministro Gilberto Gil foi o de sistematizar pesquisas já existentes e produzir propostas de elaboração de estudos para atender às necessidades da área cultural.

Ainda nas palavras do, então, Ministro:

A Cultura é responsável por uma considerável parcela de movimentação econômica mundial, tanto na formação de uma visão de mundo como na geração de empregos diretos e indiretos. Por isso o MinC, por meio da Secretaria de Políticas Culturais, busca consolidar um processo de institucionalização do campo de pesquisas na área cultural, considerando a necessidade implementação de acordos entre diversos institutos para que planos de pesquisas, grupos de trabalho e inúmeras fontes de dados sejam não só incentivados, mas, principalmente, concretizados. Assim, um passo nesse sentido é o acordo de cooperação técnica do MinC com o IPEA – umas das mais conceituadas instituições brasileiras de pesquisa na área sócio-econômica.

Sobre o investimento público na consecução de estruturas possíveis relacionadas às pesquisas que fomentem ações de políticas culturais e que sejam voltadas para o desenvolvimento dos interesses públicos, a partir da gestão dos recursos, há uma interessante citação no recente Plano Nacional da Cultura - PNC, que teve suas metas divulgadas em documento pelo próprio MinC no ano de 2011. Das 53 metas que o PNC possui, pelo menos 14 relacionam-se com o consumo cultural, seja através de ações de oferta ou de acesso aos bens e, ainda, relações de formação em parcerias com escolas e instituições de ensino.

Esse torna-se um importante dado a partir do momento em que se avalia as condições de realização que se tornam possíveis a partir da elaboração do PNC. O estabelecimento de metas importantes, transformando ações de governo em ações de Estado, garantindo a continuidade do trabalho iniciado, há quase 10 anos, quando Gilberto Gil assumiu o MinC e revolucionou o trato público da Cultura no Brasil. No caso de que trata essa pesquisa, o louvor torna-se maior quando se pensa que está se falando em consumo cultural, ao estabelecer-se metas a longo prazo, inclusive. Há, com isso, uma perspectiva futura quanto à importância de (re)aproximar o público das artes, em geral. Naturalmente, não basta apenas haver metas em papéis distribuídos pelos quatro cantos do país, é preciso mais que isso: ações claras, vinculadas

a programas estratégicos, inclusive interministeriais. No entanto, não há como negar que este é um importante passo dado rumo a uma evolução no campo do consumo cultural no Brasil.

Ainda apontando as principais pesquisas em cultura ou, mais especificamente em consumo cultural, que dispõe-se para consulta pública, bem como para interlocução com essa dissertação, tem-se também o PSCB – Panorama Setorial da Cultura Brasileira, com publicação abrangendo os anos de 2011 e 2012, de autoria de Gisele Jordão e Renata A. Allucci. Em uma auto apresentação, o texto afirma:

Destinado à cadeia produtiva da cultura, fundamentou-se na percepção de que o setor cultural carece de informações e de material de referência para o planejamento de suas atividades. Para tanto, este projeto de abrangência nacional, intitulado Panorama Setorial da Cultura Brasileira, tem como objetivo disponibilizar informação de qualidade, pioneira e inovadora no setor cultural e facilitar a atividade dos atores dessa cadeia produtiva – agentes (artistas, produtores e fornecedores), viabilizadores (iniciativa privada e governo), difusores (pontos de distribuição de produtos culturais e divulgadores) e o público consumidor. O Panorama Setorial da Cultura Brasileira é um projeto de pesquisa, desenvolvido a partir de 3 metodologias combinadas, que tem como recorte o setor cultural como objeto de estudo; pesquisado em dois âmbitos: do ponto de vista de quem produz e do de quem investem cultura. Tal investigação tem a intenção de ser contínua por meio de diversas formas de coleta e análise de informações para, no longo prazo, formar coletâneas e séries históricas e, portanto, fornecer subsídios de qualidade crescente, contínua e periódica.

A partir de um universo de 7000 pessoas, foram realizadas 500 entrevistas em caráter quantitativo e qualitativo. O nível de confiança é de 95% e a margem de erro aceitável para mais ou para menos de 4,22%. Os dados apresentados por essa recente e importante pesquisa, sem dúvida, conduzirão a algumas correlações com os pressupostos do consumo cultural, como se propõe este trabalho.

Finalizando esse traçado panorâmico em pesquisas relacionadas com o objeto de que se trata aqui, vale citar as respectivas obras da pesquisadora Lia Calabre, atualmente vinculada à Fundação Casa de Rui Barbosa, órgão administrado pelo MinC. Em duas obras, mais especificamente, ela cita a questão da construção dos indicadores como forma de avaliação, estratégia e atuação das políticas culturais. Essa percepção a que nos expõe a pesquisadora, é de suma importância para a discussão do trabalho sobre a forma de avaliação dos dados coletados em virtude de apresenta-los em uma perspectiva de vinculação com as ações realizadas em Manaus, atualmente, pelos detentores da gestão dos espaços de apresentações artísticas da cidade. Segundo Calabre (2009, p.105) a elaboração de indicadores tem constituído um dos desafios das políticas culturais já há alguns anos. A construção de quadros estatísticos

específicos é apontada como algo necessário para estabelecer uma visão de conjunto da cultura e de suas relações com a economia e com outras políticas setoriais, a exemplo da educação, das telecomunicações, das políticas urbanas e assim por diante. Mas é necessário lembrar-se de três questões: a) um quadro estatístico não é um banco de dados, ou pelo menos não é apenas isso; b) um quadro estatístico contém sempre uma aposta analítica e, como aposta, deve ser constantemente explorado em suas fragilidades e possibilidades; c) a massa de dados que compõem os quadros estatísticos envolve o esforço coletivo de tratamento segundo diversas perspectivas e hipóteses interpretativas.

É na dificuldade em analisar e correlacionar os dados que serão conquistados no processo metodológico desta pesquisa, que se encontra o cuidado que a autora cita. Existem diversas variáveis que se relacionam com o objeto do estudo e, ainda, há que se tomar como parâmetro mínimo a não consideração total da verdade, tampouco a negação dos apontamentos estatísticos. É uma linha tênue que exige, entre outras coisas, sensibilidade e conhecimento prévio do que se fala e de onde se fala, para que a análise não aconteça de forma particularizada e pouco flexível.

2.4 CAPITAL “O QUE”? REFLEXÃO SOBRE O CONSUMO DAS ARTES NO BRASIL

Ao se pensar em consumo cultural, entende-se dois principais prismas de confronto: a formação social do indivíduo e as políticas culturais de acesso e democratização. Há, aqui, uma série de fatores que necessitam de um aporte teórico e da consideração da importância desse tipo de pesquisa para o desenvolvimento da sociedade local, bem como dos meios de produção cultural da cidade.

Com o desenvolvimento da humanidade, o consumo cultural ou até mesmo o acesso à cultura restringiu-se a uma pequena fatia da sociedade, intitulada de “nobreza cultural”, por estar atrelada ao conceito de “alta cultura”, ao referir-se às produções eruditas, enquanto que uma forte camada, a massa, esteve ligada aos meios artísticos e culturais de consumo e produção “superficial”, do rápido acesso. Bourdieu (2007, p.34) fala acerca dessa condição que foi tomando conta da deturpação do sentido de cultura em virtude da estratificação social, ao

afirmar que outrora, as massas não tinham acesso à arte; a música, a pintura e, até mesmo, os livros, eram prazeres reservados às pessoas ricas. Seria possível supor que os pobres, o ‘vulgar’, poderiam igualmente usufruir dela se lhes tivesse sido dada essa oportunidade. Mas, atualmente, em que cada um tem a possibilidade de ler, visitar museus, escutar a grande música, pelo menos no rádio, o julgamento das massas sobre estas coisas tornou-se uma realidade e, através dele, tornou-se evidente que a grande arte não é um prazer direto dos sentidos (*a direct sensuous pleasure*). Caso contrário, ela lisonjearia – à semelhança dos bolos ou dos coquetéis – tanto o gosto sem educação, quanto o gosto culto.

Em uma breve definição de consumo, Canclini (1995, p. 42-43) afirma que este é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação dos usos dos produtos. Esta característica ajuda a ver o fato de que consumimos mais como exercícios de gosto, desejos e compras irrefreáveis, através de nosso juízo moral e afirmação de atitudes individuais, tão frequentemente exploradas em pesquisas de mercado (tradução nossa).

Sobre a pesquisa no âmbito da cultura e sua reverberação no consumo, Canclini (apud Gomes, 2011, p.77) afirma que combina-se o olhar telescópico das enquetes para o mapeamento geral do consumo e o olhar íntimo do trabalho de campo. O consumo cultural é a interpretação que o investigador faz das práticas do investigado, isto é, do uso dos bens na rotina de quem usufrui deles e, em menor medida, se caracteriza pela dupla hermenêutica da recepção, a de interpretar a interpretação do investigado.

Da mesma maneira, o consumo não é um simples movimento de satisfação de necessidades básicas ou de apropriação de bens. O consumo implica uma ordem de significados e posições sociais. Consumir certos bens diz algo sobre quem consome, sobre sua posição social, seu status, o lugar a que pertence ou os vínculos que é capaz de estabelecer. É possível dizer que o consumo implica reunir pessoas e distingui-las. Por essa razão, pode-se afirmar que o consumo cria ordem, classifica as pessoas e as associa aos bens; enfim, o consumo ordena informações e organiza significados sobre as estruturas sociais (Silva, 2007, p.19). Vale ressaltar que não há uma teoria específica para a conceituação do consumo cultural, propriamente dito, porém estudos que relacionam o ato de consumir, com as significações de signos e sentidos que o campo da cultura possui, por essência.

O consumo também tem relações com a cidadania, com o direito ao acesso a certos bens e serviços, através da ideia de que consumir, nesse caso, não significa somente o acesso a

bens como aqueles relacionados às artes, mas também à informação presente e disseminada nas diversas mídias, nos impressos de todos os tipos, como jornais, revistas, livros etc., e àquela que circula por mídias eletrônicas como a televisão e o rádio, e, mais recentemente, por mídias digitais, em microcomputadores e na internet, com suas infinitas possibilidades. O direito à cultura implica elementos presentes em todas as gerações de direitos, ou seja, direitos civis, políticos e sociais. Portanto, além de o consumo possuir uma dimensão cultural geral, o consumo de bens culturais também diz algo sobre a organização social e sobre como a mesma cria condições para o exercício da cidadania, a formação da opinião e a participação nos processos políticos e sociais.

O direito à cultura implica também o desenvolvimento de capacidades que advêm dos processos de escolarização. Ser escolarizado é um dos traços que caracterizam o consumidor contumaz de bens culturais. O consumo amplo e disseminado desses bens é um termômetro preciso que diz algo importante sobre o acesso à escolarização e aos bens, serviços e habilidades oferecidos e estimulados pelas sociedades contemporâneas. Esse terceiro aspecto, o acesso à escolarização formal, liga os dois sentidos da cultura, expostos no parágrafo anterior. A política educacional liga a experiência cotidiana com tecnologias específicas e formais, que facultam às pessoas, o acesso ao patrimônio simbólico das sociedades (SILVA, 2007, p.19).

Portanto, trata-se de uma política capaz de dotar as pessoas dos recursos que permitem a apropriação sistemática e universal dos recursos culturais. O consumo é um conjunto de processos socioculturais nos quais as pessoas se apropriam e usam produtos e serviços de forma a dizer algo sobre si mesmas, a sociedade, os grupos e as localidades em que vivem. Sendo assim, o consumo diz respeito à totalidade das interações sociais, desde a distinção entre grupos, até o estado do sistema educacional e das inovações tecnológicas.

Citando Silva (2007, p.19), mais uma vez, consumir é participar dos cenários da vida social, de suas disputas e significado. A escassez de bens impõe certa lógica: a de que alguns se apropriem dos bens e outros não, em um processo que permite a distinção e união, o reconhecimento do valor dos bens ou sua desvalorização, assim como daqueles que os consomem.

O lugar da cultura no desenvolvimento de uma sociedade foi, durante muito tempo, deturpado e tratado com certa indiferença. Havia uma distante conotação com o sentido de promotora da preservação da identidade de um povo, incentivando sua criação e

participação, oferecendo um cimento único e multifacetado, onde o respeito à diversidade é pressuposto básico de existência, Reis (2006, p. 35). A produção cultural e artística sempre necessitou de um aporte político, de maneira a não deixá-la solta às diversas forças que atuam nas relações sociais e que promovem o deslocamento, por muitas vezes, de outros interesses.

A questão da cultura como representação da identidade de um povo e por consequência da identidade nacional, faz refletir sobre que espaço ela vem tomando na atualidade e se seus meios são suficientes para satisfazerem esse lugar de representação nacional. Em Hall (2006, p.49) vê-se que as culturas nacionais são uma forma distintivamente moderna. A lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna ou em sociedades mais tradicionais, eram dadas à tribo, ao povo, à religião e à região, foram transferidas, gradualmente, nas sociedades ocidentais, à cultura nacional. As diferenças regionais e étnicas foram gradualmente sendo colocadas, de forma subordinada, sob aquilo que Gellner chama de “teto político” do estado-nação, que se tornou, assim, uma fonte poderosa de significados para as identidades culturais modernas.

Em outra passagem em sua obra, Hall (2006, p.39) mostra a complexidade da formação identitária e de que maneira ela pode ser compreendida no contexto das identidades culturais do indivíduo pós-moderno, quando considera que em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é preenchida a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos pelos outros. Psicanaliticamente, nós continuamos buscando a identidade e construindo biografias que tecem as diferentes partes de nossos eus divididos numa unidade porque procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude.

O indivíduo pós-moderno, então, é resultado das relações transversais que a sociedade em que se insere possui. Ele representa a concentração híbrida das condições sociais que se relacionam com o cotidiano, de maneira a formá-lo, ou despertá-lo para processos de identificação que, somados uns aos outros, configurarão na identidade posta, porém nunca definitiva, uma vez que se é afetado pelas extremidades a todo instante e por todo o percurso da vida. Cabe, então, a esse indivíduo sociocultural o espaço de fluência dos códigos adquiridos em virtude do reconhecimento nos processos culturais o despertar para um possível consumo e fruição artísticos.

Segundo Reis (2006, p. 141) o princípio básico da democracia na política cultural é a garantia de que cada cidadão terá livre acesso à cultura de sua própria sociedade. Para que a democracia cultural efetivamente seja posta em prática, é preciso que se amplie a base de participação, tanto na criação (o que pressupõe liberdade de expressão) quanto no acesso ao que foi criado (considerando-se liberdade e meios para usufruir da vida cultural).

Os estudos de audiência realizados pelo governo ou por instituições culturais revelam qual o público participante das manifestações culturais, deixando em aberto um amplo espectro de “não público”, ou seja, a parcela da população que idealmente participaria dessas atividades, mas na prática, não o faz. Ao se fazer uma análise simples da relação do poder público na construção, ou mesmo incentivo à construção de uma política voltada ao consumo da cultura, e a renovação dos conceitos dos públicos é possível perceber a fragilidade do tema através da incipiência de um programa com real engajamento nesse processo.

Naturalmente, há que se considerar que existem atores sociais que podem desenvolver estratégias que alcancem uma parcela maior da população no acesso à cultura, no entanto, a força que um sistema público possui no sentido de promover uma ação política realmente voltada a um fim, é sem dúvida um fator importante dentro de um país com um sistema político como o Brasil.

O Estado vem perdendo, cada vez mais, o seu poder articulador e multifacetado no que tange às políticas públicas culturais. Seu papel vem sendo substituído por outras instituições sociais que, na iminência de esgotar as tentativas de transformação dessa realidade em tela, assumem posturas que não as pertenciam. Vive-se na era da superficialidade e das práticas descartáveis. Produções sem compromisso com valor moral algum, apoiadas por um sistema político em completo declínio.

Nessa perspectiva, afirma Nussbaumer (2007, p. 184) também o Estado acaba elaborando políticas que se apresentam, antes de tudo, como uma série de aporte financeiros a produtos culturais orientados para a oferta. Assim, espetáculos são criados, financiados e transformados em mais uma forma de divertimento a ser rapidamente consumida, em vez de constituírem-se em acontecimentos nos quais poderia ser estabelecida uma relação orgânica entre a obra e o espectador.

Ainda sobre a substituição de grande responsabilidade do governo público sobre o acesso aos bens culturais e, ainda, a percepção dos produtores e artistas sobre os “públicos” que

hoje se relacionam com as artes, por exemplo, a autora acrescenta que para que esses públicos possam ser ampliados e preservados do espírito romano e da prevalência da lógica da cultura de massa que o atualizou e ainda vigora, é necessário levar em consideração o tipo de produção cultural a que os indivíduos tem acesso, seus conteúdos e formas de apresentação; a relação que esses indivíduos desenvolvem com a cultura local e global; a inserção e gestão destas nos diversos espaços da cidade; a aceitabilidade dos objetos culturais propostos segundo critérios financeiros, estéticos ou ideológicos; e, ainda ou sobretudo, a visão que os artistas e produtores culturais tem da sociedade em que vivem e dos públicos que pretendem alcançar.

Na história do teatro o público passou por diversas transformações, bem como a própria história da representação. Os valores e as condições de acesso aos bens culturais foram transformando-se de acordo com o desenvolvimento e formação das sociedades e inúmeros fatores foram atrelados como fundamentais para o desenvolvimento, estímulo e maior participação da sociedade nos bens culturais produzidos.

Não obstante esse processo, os mecanismos de produção cultural se propuseram a atingir outras qualidades e formas, sob diversas circunstâncias começaram a atrair determinadas expressões e despertar outros valores que já se distanciavam da origem desse processo. Como diz Nussbaumer (2007, p.181), na Grécia Antiga o teatro era um espaço de aprendizagem da democracia, lugar aonde os indivíduos livres iam para se cultivar, para aprender a não confundir representação e realidade social.

Estudos antropológicos mostram como o homem, com todas as transformações sociais por que passou, desenvolveu outras relações com a produção cultural, seja para o bem ou para o mal, em decorrência das diferentes formas em sua oferta, qualidade, deturpações na formação do indivíduo, entre outros. Monteiro (1993, p.3) fala sobre o desenvolvimento dessa relação de consumo e “mercantilização” da arte, muito criticada até hoje em sua forma de atuar. O autor lembra-nos o pensamento de alguns teóricos sobre “como conquistar para a ‘boa arte’ (a que não se rende à massividade dos pensamentos) uma parte cada vez maior do mercado?”.

O processo de formação por que passa o indivíduo enquanto público, consumidor cultural, apreciador das artes, no Brasil, é bastante precário e, por isso, apresenta inúmeras fragilidades que podem naturalmente sucumbir essa dialética toda sobre a sua não aproximação com a cultura de maneira mais íntima e própria. Em seus estudos fundamentais para se compreender esse processo, Bourdieu (2007, p. 79) discorre que conhecendo a relação que, pelo

fato da lógica da transmissão do capital cultural e do funcionamento do sistema escolar, estabelece-se entre o capital cultural herdado da família e o capital escolar, seria impossível imputar unicamente à ação do sistema escolar (nem, por maior força de razão, à educação propriamente artística – quase inexistente, como pode ser constatado com toda a evidência – que, porventura, tivesse sido proporcionada por esse sistema) a forte correlação observada entre a competência em matéria de música ou pintura (e a prática que ela pressupõe e torna possível) e o capital escolar: de fato, este capital é o produto garantido dos efeitos acumulados da transmissão cultural assegurada pela família e da transmissão cultural assegurada pela escola (cuja eficácia depende da importância do capital cultural diretamente herdado da família).

Helena (2012) que é pesquisadora da área de políticas culturais da ECA/USP disserta sobre a democratização cultural dizendo que um dos sentidos de democratizar a cultura é ampliar o acesso aos bens culturais universais, já existentes, permitindo que as pessoas construam o seu modo próprio de ser e de participar na comunidade e na sociedade como um todo. Ampliar a distribuição e a compreensão da produção cultural, em vez de adaptá-la ou facilitá-la, enfraquecendo-a, permite que nós nos apropriemos de instrumentos de expressão e possamos construir uma consciência crítica diante do mundo em que vivemos.

O acesso à cultura envolve vários aspectos: o acesso físico implica em melhor distribuição geográfica dos equipamentos culturais e o transporte fácil e seguro para que todos, da periferia, do centro, dos subúrbios, possam chegar facilmente e com segurança aos locais onde os eventos culturais acontecem; o acesso econômico diz respeito aos custos de participar da vida cultural da cidade ou de uma comunidade, custos esses que precisam ser subvencionados tanto para que a criação quanto o consumo sejam possíveis para todos os membros da população; e o acesso intelectual, ou seja, a compreensão das linguagens da arte, da história e do contexto social em que a cultura é criada. O acesso intelectual propicia uma compreensão mais profunda de um produto cultural e pressupõe dois trabalhos: o de formação de público e o de formação de agentes culturais.

O processo de formação de que fala Bourdieu está intimamente relacionado com a acessibilidade à cultura no seu sentido mais amplo. A contribuição recebida pela família como herança desse “capital cultural” adquirido é um dos fatores, segundo o autor, que contribui para o processo de consumo cultural.

Bourdieu (2007, p.216) traz que no caso da produção de bens culturais, a relação entre oferta e demanda reveste uma forma particular na medida em que a oferta exerce sempre um efeito de imposição simbólica: um produto cultural – quadro de vanguarda, programa político ou jornal de opinião – é um gosto constituído, um gosto que foi levado da imprecisa semi-existência da experiência vivida para o semiformulado ou informulado, assim como o desejo implícito, até mesmo, inconsciente, para a plena realidade do produto acabado, por um trabalho de objetivação que incumbe, quase sempre, no estado atual, a profissionais; por conseguinte, ele contém a força de licitação, legitimação e fortalecimento, reivindicada sempre pela objetivação, sobretudo, como é o caso, quando a lógicas das homologias estruturais o atribui a um grupo prestigioso e que ele funciona, então, como autoridade que autoriza e fortalece as disposições, dando-lhe uma realização coletivamente reconhecida. Por sua vez, o gosto – sistema de classificação constituída pelo espaço das condições diferentes – rege as relações com o capital objetivado, com este mundo de objetos hierarquizados e hierarquizantes que contribuem para defini-lo, permitindo-lhe sua realização ao especificar-se.

A busca pela identificação do público, objeto de pesquisa desta investigação acadêmica, encontra campo de referências que desenvolvem discurso fundamental para a compreensão do indivíduo consumidor de cultura, em caráter sociológico de observação e, também, a partir das correlações entre as esferas de atuação que configuram: o público. Em primeiro momento, Fleury (2008, p.49) afirma que o público é tradicionalmente concebido como o conjunto homogêneo e unitário dos leitores, ouvintes, espectadores de uma obra de arte ou de um espetáculo. A categoria do público oferece regularmente um apoio de identificação. Esboça-se um imaginário do público cujos efeitos podem revelar-se muito reais, a julgar pela identificação que ele provocou.

O recurso à categoria de “público”, no singular, atualizou, assim, um mito. Essa dimensão lembra que a realidade não é apenas real, mas também imaginada. Essa categoria veicula um imaginário que se refere ao político, assim como trai uma vontade política de conquistar e fidelizar o público, da maneira bem conhecida pela missão civilizadora. A ideia de público favoreceu uma série de identificações que uma sociologia dos costumes permitiu descobrir. Mais do que aderir a uma concepção do simbólico, que reduziria as representações a puras ilusões e as ideologias a puros instrumentos de dissimulação, é preciso perguntar-se sobre a eficácia social e política dos mitos, nos quais realidade e imaginário tornam-se consubstanciais.

Fleury continua a conceituação de público das artes x espectador quando diz (2008, p.51) que até mesmo as enquetes junto a públicos de festivais mostraram que os processos de identificação individual e coletiva estavam na origem de um “tornar-se espectador” e de um “tornar-se público”. A ação pública envolve o imaginário. Além da categoria de destinatários que elas esboçam, as políticas de público ofereceram, assim, um espaço de identificações coletivas aos indivíduos.

Nesse sentido entra-se em campos férteis de discussão quanto o processo de formação secular e cultural do brasileiro. Nossas fragilidades intelectuais passam a ser denunciadas quando analisamos esse processo de uma forma mais abrangente. Talvez muitas respostas para o cenário que nos deparamos atualmente possam ser encontradas nesse e, a partir, desse momento. E o problema persiste, pois o hábito de consumo cultural e artístico torna-se um alto preço pago pelos agentes culturais através dos enormes esforços que são feitos posteriormente para preencher a lacuna formativa, num curso contrário ao suposto ideal.

3 METODOLOGIA

Este capítulo aborda as estratégias traçadas, em virtude da realização da pesquisa que subsidia as análises de investigação a que se propõe essa dissertação, e oportuniza a organização sistemática de maneira a deixar claro a intenção de se realizar a pesquisa de campo, nesse sentido, de delimitar os espaços que são visitados, a forma como se dá a pesquisa, a maneira como os dados são tabulados e analisados e quais as perspectivas de interação com as variáveis de atuação, o que se pretende alcançar previamente.

A pesquisa em Cultura no Brasil é um tema relativamente recente, se for considerado os demais componentes sociais. Há, atualmente, uma intensa mobilidade de pesquisadores, acadêmicos e docentes que buscam atrair as mais variadas possibilidades e leituras dos acontecimentos culturais na sociedade contemporânea. No entanto, não obstante ao processo de evolução por que passa esse setor da pesquisa científica, ainda é possível deparar-se com obstáculos e limitações genéricas como a rasa bibliografia sobre o tema, insipidez na divulgação de pesquisas previamente realizadas, dificuldade de assimilação de conceitos por uma grande parcela da população, entre outros.

3.1 ASPECTOS DA PESQUISA EM CONSUMO CULTURAL NO BRASIL

A elaboração de indicadores tem constituído um dos desafios das políticas culturais já há alguns anos. A construção de quadros estatísticos específicos é apontada como algo necessário para estabelecer uma visão de conjunto da cultura e de suas relações com a economia e com outras políticas setoriais, a exemplo da educação, das telecomunicações, das políticas urbanas e assim por diante.

O processo de construção e análise de indicadores culturais é importante na medida em que se compreende que um indicador isolado oferece muitas informações, mas que o ideal é que seja acompanhado por outros indicadores e descritores históricos a respeito da situação e por intensa reflexão social. Nessa perspectiva, os indicadores quantitativos devem ser vistos como relevantes para a elaboração de políticas públicas. Isso decorre do fato de que ações de

governo precisam se balizar em instrumentos que ajudem a delimitar a população visada, a estimar seus custos e a avaliar seus efeitos. A produção desses indicadores justifica-se, portanto, pela caracterização e pela quantificação que eles oferecem das populações sob estudo, auxiliando a tomada de decisão, a elaboração e a implementação de políticas, programas e projetos. Eles ajudam também a orientar a organização de instrumentos de avaliação e monitoramento de recursos, esforços e ações. Por possibilitarem a comparação entre diferentes contextos, permitem que se elaborem políticas específicas para o suprimento de demandas e deficiências identificadas em áreas e regiões carentes de fomento.

O Brasil vive um importante momento de reversão no quadro de ausência de informações estruturadas na área da cultura. O surgimento de pesquisas sobre o tema e, principalmente, o estabelecimento da parceria entre o Ministério da Cultura (MinC), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) movimentaram a cena e trouxeram à tona informações imprescindíveis para o planejamento estratégico da cultura no país. A pesquisa no campo do consumo cultural é tão ampla quanto os conceitos que circulam o tema. Vai além da quantificação de dados estatísticos e pesquisas de opinião. Propõe-se a observar e analisar os perfis de consumo cultural, a partir dos pressupostos de educação, economia, desenvolvimento igualitário, sustentabilidade e estratificação social.

Por outro lado, nem todo o caminho está fechado para esse assunto. Em 2011, o Senado Federal encomendou à sua Secretaria de Comunicação Social, uma pesquisa acerca da Cultura no Brasil. Ela foi realizada com 1306 pessoas, através de entrevistas via telefone e abrangeu as cinco regiões do país. A abertura e as correlações que esta pesquisa trazem, muito se aproxima do que se pretenderá atingir com a pesquisa desta dissertação. Dessa forma, será possível estabelecer diálogos, quase que diretos de maneira que ao confrontar dados e circunstâncias pode se ter uma outra possibilidade de leitura do contexto em que a praça, o objeto e a amostra dessa pesquisa proposta, se insere e, assim, aproximar o tema em tela de outras possibilidades de cognição.

Esse é, então, o desafio. A construção de indicadores, a partir da tabulação e análise dos dados (em processos metodológicos apresentados adiante) e correlação com políticas públicas existentes na praça da pesquisa dessa dissertação, sem deixar de considerar o fator abrangente e intersetorial de que trata os processos de consumo cultural, com especial atenção para as peculiaridades do processo de formação e desenvolvimento da sociedade e do cidadão

brasileiro. Isso tudo, tendo em vista, o objetivo da dissertação de mapear o perfil e tendências de consumo cultural em teatro nos espaços públicos da cidade de Manaus.

3.2 A PESQUISA DE *SURVEY* COMO ALIADA

Earl Babbie possui uma obra inteiramente dedicada ao desenvolvimento da pesquisa de *survey*² e sua bibliografia nos possibilita localizar este método de pesquisa, e suas relações com outros métodos, a partir de uma percepção mais aprofundada do que viria ser este. O autor revela que a pesquisa de *survey* apresenta semelhanças suficientes com outros métodos para ter uma história bem longa. Em particular, *surveys* são muito semelhantes a censos, sendo a diferença principal entre eles que um *survey* examina a amostra de uma população, enquanto o censo geralmente implica uma enumeração da população toda.

Com o intuito de orientar as fases de atuação do método de *survey* à pesquisa em questão, alguns fatores dispostos na obra de Earl Babbie (1999, p. 82-85) são preponderantes para referenciar a relação com esta investigação social. São eles:

- *Métodos* de pesquisa de *survey* facilitam a abertura da ciência, considerando-se que a pesquisa de *survey* envolve a coleta e quantificação de dados, os dados coletados tornam-se uma fonte permanente de informações;
- O formato da pesquisa de *survey* muitas vezes permite desenvolvimento e testes rigorosos, passo a passo, de tais explicações lógicas. Além disso, o exame de centenas e até milhares de entrevistas de *survey* permite testar proposições complexas envolvendo diversas variáveis em interação simultânea;
- Sempre que o pesquisador de *survey* procura explicar as razões para e as fontes de eventos, características e correlações observados, a investigação deve assumir uma postura determinística. O fato do formato *survey* permitir

² A maioria das pesquisas de *survey* contemporânea foi realizada no século XX por pesquisadores americanos. O estado atual do método resulta de importante trabalho de desenvolvimento em três setores distintos da sociedade americana. Primeiro o trabalho ininterrupto do U. S. Bureau of Census contribuiu no campo da amostragem e coleta de dados. A segunda fonte de desenvolvimento foram as atividades de pesquisas de opinião, entre elas as organizadas por George Gallup, Elmo Roper, Louis Harris e outros. Estas firmas foram uma fonte contínua de fundos para apoiar o desenvolvimento e o uso de métodos de *survey*, principalmente em pesquisas acadêmicas, através de métodos de amostragem, redação de perguntas, técnicas de coletas de dados e outros aspectos de pesquisa de *survey*. A terceira importante contribuição dada ao desenvolvimento do método de *survey* foi o refinamento científico da pesquisa, a partir de tentativas de aplicar métodos empíricos de pesquisa social a problemas sociais, resultado dos esforços de dois homens: Samuel A. Stouffer e Paul F. Lazarsfeld.

elaboração clara e rigorosa de um modelo lógico clarifica o sistema determinístico de causa e efeito;

- *Surveys* amostrais quase nunca são realizados para descrever a amostra particular estudada. São realizados para se entender a população maior da qual a amostra foi inicialmente selecionada;

- Como pesquisadores de *survey* tem à disposição um grande número de variáveis, estão em posição excelente para examinar cuidadosamente a importância relativa de cada uma. Como todo cientista, pesquisadores de *survey* querem obter o máximo de compreensão com o menor número de variáveis.

Essas perspectivas citadas na obra de Babbie, dialogam com a instrução acolhida para a realização da técnica de *survey* no contexto desta pesquisa, pois traz direcionamentos, como: a técnica da coleta de dados através de questionários aplicáveis, a criação de um sistema determinista para confrontação de elementos de causa e efeito, a utilização de uma amostra para representar um evento que ocorre numa população maior (objeto do estudo) e, por fim, a possibilidade de análise do comportamento consumidor, alvo de interesse desta investigação científica.

3.3 ENFIM, A ESCOLHA E A APLICAÇÃO DO MÉTODO

Diante da imensidão de conceitos relacionados com o método de *survey* e suas implicações diretas com o processo metodológico de pesquisa, é possível compreender o porquê de sua escolha na pesquisa. Uma vez que a prerrogativa de alcance a que se submete este trabalho, está na concepção do grupo de pessoas que frequentam os teatros públicos administrados pela Secretaria de Estado da Cultura do Amazonas (SEC), na cidade de Manaus, constituindo-se como o “público consumidor de cultura em teatro”, o *survey* possibilitará mecanismos, adiante especificados na técnica escolhida para aplicação, de coleta de dados que tracem esse perfil. Naturalmente, há uma duplicidade de análise, quando considerado que esta pesquisa conceitua-se em qualitativa e quantitativa. Sobre esse caráter misto, o *survey* também se apresenta como o método mais aplicável, considerando a especificidade e o rigor de sua realização.

De acordo com o que já foi apresentado aqui, com base nas teorias apresentadas por Earl Babbie na obra “Métodos de Pesquisa de *Survey*”, que é uma das bases teóricas e consistentes desta pesquisa, os *surveys* são frequentemente utilizados para permitir enunciados descritivos sobre alguma população (nesse caso, trata-se dos frequentadores de teatro em Manaus), descobrindo a atribuição de certos traços e atributos (o perfil do público consumidor e, por consequência, o não consumidor). Nesse caso, a preocupação não está no porquê da distribuição que será observada existir, mas como que ela é, o que ela representa. O *survey* amostral é um veículo para descobrir estas distribuições. A distribuição de traços numa amostra cuidadosamente selecionada de uma população maior pode ser medida e uma descrição comparável da população maior pode ser inferida a partir da amostra. (...) Além de descrever a amostra total (e inferir a população total), pesquisadores de *survey* muitas vezes descrevem subamostras e as comparam. (...) As descrições de diversos subconjuntos podem ser comparadas, mas a finalidade primordial é descrever e não explicar as diferenças, conforme Babbie (1999, p.114)

Com base nesse pressuposto, este *survey* será aplicado através da delimitação de uma amostragem que será responsável por servir de parâmetro – com a análise dos dados coletados – acerca da população e do objeto de estudo desta pesquisa. Para isso, será utilizado a técnica de pesquisa através do questionário como instrumento de aproximação com as unidades de pesquisa (indivíduos) no recorte de amostragem (os que frequentam o teatro em Manaus, durante o período da análise), para servir como geração de dados a serem analisados em um capítulo posterior.

A pesquisa é fundamentada e metodologicamente construída objetivando a resolução ou o esclarecimento de um problema. Da formulação do problema dependerá o desenvolvimento da pesquisa. Na acepção científica, problema é uma questão que mostra uma situação necessitada de discussão, investigação, decisão ou solução, Silva (2001, p.79).

Para a escolha do problema desta pesquisa, foram considerados dois fatores fundamentais, conforme indicação de respectiva bibliografia: a relevância do problema e a oportunidade de pesquisa.

Segundo Kerlinger e Lee apud Sampieri, Collado e Lucio (2006, p.46), existem alguns critérios para que se formule o problema da pesquisa:

O problema deve expressar uma relação entre conceitos e variáveis;

O problema deve ser formulado como pergunta, claro e sem ambiguidade; por exemplo: que efeito...? que condições...? qual a probabilidade de...? como se relaciona com...?;

A formulação deve gerar a possibilidade de realizar uma prova empírica. Em outras palavras, facilitar a observação de uma “realidade única e objetiva”. Por exemplo, se alguém pensa em estudar quão sublime é a alma dos adolescentes, está formulando um problema que não pode ser comprovado empiricamente, porque o “sublime” e “a alma” não são observáveis. Claro que este exemplo é extremo, mas nos lembra que o enfoque quantitativo trabalha com aspectos observáveis e mensuráveis da realidade. (tradução nossa)

Diante das condições teóricas que dispõe-se para a construção do problema da pesquisa e, ainda, na tentativa de alcançar o âmago das questões que motivam o desenvolvimento deste trabalho, com vistas à sua realização científica, o problema da pesquisa em tela pode ser traduzido através do questionamento: **“Como se dá o consumo cultural em teatro nos espaços públicos, administrados pela SEC, em Manaus?”**

Objeto da pesquisa é a própria delimitação do tema em que se encontra as inquietações que a pesquisa buscará “perfurar”. É, como se fosse, a área geográfica em que se encontram os pontos sísmicos de maior intensidade para o pesquisador, naquele momento. Contextualizando à proposição desta pesquisa, o objeto seria, então **“O consumo cultural dos frequentadores de teatros públicos em Manaus”** tendo como recorte o período atual, enquanto a pesquisa se desenvolverá na tentativa de diagnosticar como se dá o consumo, através do perfil dos seus respectivos “consumidores” e, ainda, apontar qual seria o perfil dos “não consumidores”, por consequência da análise dos dados que serão coletados.

Em primeiro lugar, conceituando a amostra da pesquisa, Sampieri, Collado e Lucio (2006, p. 240) afirmam que a amostra é um subgrupo de uma população de interesse (sobre a qual se coletaram dados e que tem que ser definida com antecedência e precisão), que deverá ser representativa da população. O investigador pretende que os resultados encontrados na mostra possam generalizados ou estendidos à população (no sentido da validade externa [...] do experimento). O importante é que a amostra seja estatisticamente representativa. (tradução nossa)

Para a definição da amostra é necessário, sobretudo, a definição da(s) unidade(s) de análise (pessoas, organizações, periódicos, comunidades, situações, eventos, etc.). As unidades

de análise se relacionarão, diretamente, sobre o quem ou quem serão coletados os dados, na aplicação prática do processo de pesquisa, descrito mais adiante.

Tipicamente, a unidade de análise (...) é uma pessoa, mas não necessariamente e, aliás, muitas vezes não é. Quaisquer que sejam as unidades de análise, dados são colhidos para se descrever cada unidade individual (por exemplo, uma pessoa). As muitas descrições, então, são agregadas e manipuladas para descrever a amostra estudada e, por extensão, a população representada pela amostra. (...) As unidades de análise são tipicamente pessoas, mas podem também ser famílias, cidades, estados, nações, companhias, indústrias, clubes, agências governamentais, etc. Em cada caso, as unidades individuais de análise são descritas e estas descrições e estas descrições, agregadas para descrever a população representada pelas unidades, Babbie (1999, p.98).

Entendendo o “indivíduo” como o alcance final do que se pensa como consumo cultural e, ainda, sendo ele o próprio ‘retroalimentador’ do sistema, ao considerar que o seu retorno ao ciclo promove uma continuidade nas questões de práticas culturais, é possível se obter a unidade de análise.

Partindo, agora, para o conceito e a definição para esta pesquisa, da amostra que se trabalhará em campo, uma vez que já se tem a unidade de análise, se faz necessário a citação dos conceitos que envolvem esta amostra: a probabilística e não probabilística.

Mais uma vez Sampieri, Collado e Lucio (2006, p.240) ilustram os conceitos fundamentais para se entender as principais diferenças entre os tipos de amostragem e, posteriormente, haver condições de definir sobre qual se trata a pesquisa em tela. Segundo os autores, nas mostras probabilísticas todos os elementos da população têm a mesma possibilidade de ser escolhidos e são obtidos definindo as características da população e o tamanho da amostra, e por meio de uma seleção aleatória e mecânica das unidades de análise. É como o procedimento para se obter o número premiado de um sorteio de loteria. Este número vai ser encontrado no momento do sorteio. Enquanto que nas mostras não probabilísticas a escolha dos elementos não depende da probabilidade, e sim dos fatores relacionados com as características da investigação ou de quem a amostra se refere. Nesse caso o procedimento não é mecânico, nem com base em fórmulas de probabilidade e sim depende do processo de tomada de decisão de uma pessoa ou de um grupo de pessoas, desde que essas mostras obedeçam a outros critérios de investigação. Escolher entre uma mostra probabilística ou não probabilística

depende dos objetivos de estudo, do esquema da investigação (pesquisa) e da contribuição que se pensa ter com ela. (tradução nossa)

Diante do exposto anteriormente, há que se especificar que esta pesquisa se define com caráter de amostragem probabilística porque tem, em seu cerne, a previsão de probabilidade de suas unidades de análise, através da representação de uma população, de maneira que os resultados possam ser defendidos qualitativamente, se considerado que há a ideia de apontar o perfil de uma determinada comunidade social. Sendo assim, define-se como a amostra desta pesquisa o indivíduo, com residência fixa em Manaus ou não, que frequente teatro, mesmo que seja uma primeira vez, durante o período em que ocorrerá a pesquisa nos teatros e condições especificadas, quando tratar-se da técnica aplicável a esta pesquisa.

De forma consequente, após localizar a unidade de análise e amostra da pesquisa, encontra-se o universo (a população) a que se faz referência, sendo este: **os frequentadores de teatros públicos, administrados pela SEC, em Manaus.**

Para efeito de organização da pesquisa, alguns importantes detalhes precisam ser descritos, antes de aprofundar na elaboração do instrumento a ser utilizado e as respectivas implicações. Considerando que já conceituou-se “quem” é a amostra desta pesquisa, há que se compreender aqui o porquê da escolha e quantificar o seu recorte.

A amostragem probabilística é a definição que organiza as pretensões desta pesquisa, quando Babbie (1999, p.125) diz que a sua finalidade é selecionar um conjunto de elementos de uma população de tal forma que as descrições destes elementos (estatísticas) descrevam com precisão a população total da qual foram selecionadas. A amostragem probabilística fornece um método para ampliar a possibilidade de alcançar esta meta, bem como métodos para estimar o grau de sucesso provável.

De acordo com as premissas das técnicas de amostragem probabilística e com vistas à redução da margem de erro da pesquisa, faz-se necessário o uso da aleatoriedade na escolha das amostras e, por consequência, de suas unidades de análise. No caso desta pesquisa, o recorte ponderado da amostra será dado através da lista de teatros públicos coordenados pela Secretaria de Cultura do Amazonas (SEC), a fim de se eleger os locais de apresentações artísticas teatrais em funcionamento que melhor representem a população estudada, tomando-se como parâmetro a distribuição dos espaços pelas regiões da cidade.

Tabela 1: Espaços coordenados pela SEC e seus quantitativos de acesso nos últimos três anos

TEATROS - 2012

1 - TEATRO AMAZONAS														
ESPETÁCULOS	JAN		FEV		MAR		ABR		MAI		JUN		TOTAL	
	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.
Teatro	0	0	0	0	8	2903	0	0	0	0	2	370	10	3273
Circo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dança	2	310	1	473	4	1067	0	0	0	0	4	1794	11	3644
Música / Ópera / 11º Festival de Flautistas	0	0	5	2382	5	2748	6	2955	7	4254	3	2877	26	15216
Cinema	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Atividades Extras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2	310	6	2855	17	6718	6	2955	7	4254	9	5041	47	22133

Capacidade: 701 lugares

2 - TEATRO DA INSTALAÇÃO														
ESPETÁCULOS	JAN		FEV		MAR		ABR		MAI		JUN		TOTAL	
	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.
Teatro	2	76	2	41	4	271	5	278	1	15	3	162	17	843
Circo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dança	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	375	3	375
Música / Ópera	0	0	0	0	2	119	0	0	3	254	0	0	5	373
Cinema	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Formação Técnica e Artística	2	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	25
Atividades Extras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4	101	2	41	6	390	5	278	4	269	6	537	27	1616

Capacidade: 217 lugares

3- CINE-TEATRO PE. VIGNOLA														
ESPETÁCULOS	JAN		FEV		MAR		ABR		MAI		JUN		TOTAL	
	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.	Qtde.	Púb.
Teatro	4	205	5	311	6	642	5	641	2	141	5	284	27	2224

Circo	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50
Dança	0	0	0	0	2	129	0	0	0	0	0	0	2	129
Música / Ópera	0	0	1	80	0	0	0	0	1	252	3	180	5	512
Cinema	2	20	2	30	3	173	8	551	2	40	8	332	25	1146
Formação Técnica e Artística	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Atividades Extras	0	0	1	210	0	0	0	0	0	0	0	0	1	210
TOTAL	6	225	9	631	11	944	14	1242	5	433	16	796	61	4271

Capacidade: 217 lugares

4 -CINE-TEATRO ALDEMAR BONATES - MADALENA ARCE DAOU

ESPETÁCULOS	JAN		FEV		MAR		ABR		MAI		JUN		TOTAL	
	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.	Qtde	Púb.
Teatro	0	0	4	232	7	785	5	1090	4	338	5	288	25	2733
Circo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dança	0	0	2	233	1	267	2	120	1	97	1	20	7	737
Música / ópera	0	0	0	0	1	52	0	0	1	109	0	0	2	161
Cinema	0	0	3	70	6	231	3	77	3	86	2	44	17	508
Formação Técnica e Artística	0	0	0	0	2	98	0	0	0	0	0	0	2	98
Atividades Extras	0	0	0	0	1	90	0	0	0	0	0	0	1	90
TOTAL	0	0	9	535	18	1523	10	1287	9	630	8	352	54	4327

Capacidade: 166 lugares

Fonte: SEC (2012)

Tomando por base a tabela acima que foi disponibilizada para esta pesquisa pela Assessoria de Planejamento da SEC e, fazendo a relação com o que foi dito anteriormente acerca da representatividade de distribuição geográfica dos espaços em Manaus e, ainda, a viabilidade de execução e os custos de realização, os espaços onde acontecerão a entrevista (detalhada mais adiante) serão: o **Teatro Amazonas** (zona centro-sul), o **Teatro da Instalação** (zona centro-sul), o **Cine Teatro Aldemar Bonates** (zona oeste) e o **Cine Teatro Padre Pedro Vignola** (zona norte). A região que não foi “abarcada” pela pesquisa foi a leste, pelos seguintes motivos: Não havia, até o fim do ano de 2011 nenhum espaço público coordenado pela SEC ativo nesta região, o que ainda existe, não possui mais apresentações artísticas de teatro em sua programação, desqualificando-o para esta pesquisa.

Outro dado importante para o recorte da amostragem é o quantitativo de entrevistas que se pretende realizar no decorrer do período da coleta de dados. Para efeitos de atualização da população da pesquisa, será utilizado o número de pessoas que estiveram presentes nesses espaços no primeiro semestre de 2012. Desta forma, somando-se os valores destacados, de pessoas que frequentaram esses espaços públicos para apresentações, especificamente, de teatro no período acima mencionado, onde serão realizadas as entrevistas, tem-se a população geral de: 9073 (nove mil e setenta e três) pessoas. O período estipulado para a realização das entrevistas nos 4 teatros selecionados será de **6 meses**, compreendendo o intervalo entre **outubro/2012 a julho/2013**³. Esse período foi escolhido porque, diante do prévio conhecimento que tenho das ações culturais em teatro realizadas na cidade, é possível afirmar que neste período é onde se encontra a maior concentração de atividades nos espaços coordenados pela SEC, considerando o calendário de programação e, ainda, o aproveitamento das férias de fim/início de ano, onde se realiza uma série de apresentações, através de um específico edital de pautas do órgão, anualmente.

Como forma de associar os valores em tabela, consolidados pela SEC, à população desta pesquisa de **9073** pessoas, aproximadamente, a amostra se dará utilizando-se da fórmula de população finita, definida em: $n = \frac{\sigma^2 \cdot pq \cdot N}{E^2(N-1) + \sigma^2 \cdot pq}$, onde σ : nível de confiabilidade (aqui adotado como 2), p : proporção amostral, que estima a verdadeira proporção populacional (50), q : complemento da proporção da amostra (50), N : população (9073), E : erro amostral, em porcentagem (7), como um mínimo a ser atingido, ao fim dos 06 meses de aplicação das entrevistas por meio de questionário (*vide* anexo).

Desta forma, temos um alcance de $n = 200$ (duzentas) pessoas para a pesquisa, no mínimo, com vistas à comprovação ou refutação da hipótese da pesquisa, distribuídas em 34 pessoas, aproximadamente, por mês e, conseqüentemente, 8 pessoas por fim de semana de programação em algum dos teatros selecionados. A escolha de cada teatro por fim de semana/mês dá-se em função da programação disponível nos espaços.

³ Originalmente a pesquisa aconteceria, em campo, durante seis meses ininterruptos. No entanto, as condições do calendário acadêmico da UFBA, em decorrência da greve federal de 2012, obrigou a extensão do período para até julho de 2013. Dessa forma, compreende a pesquisa os meses de outubro e novembro de 2012 e abril, maio, junho e julho de 2013.

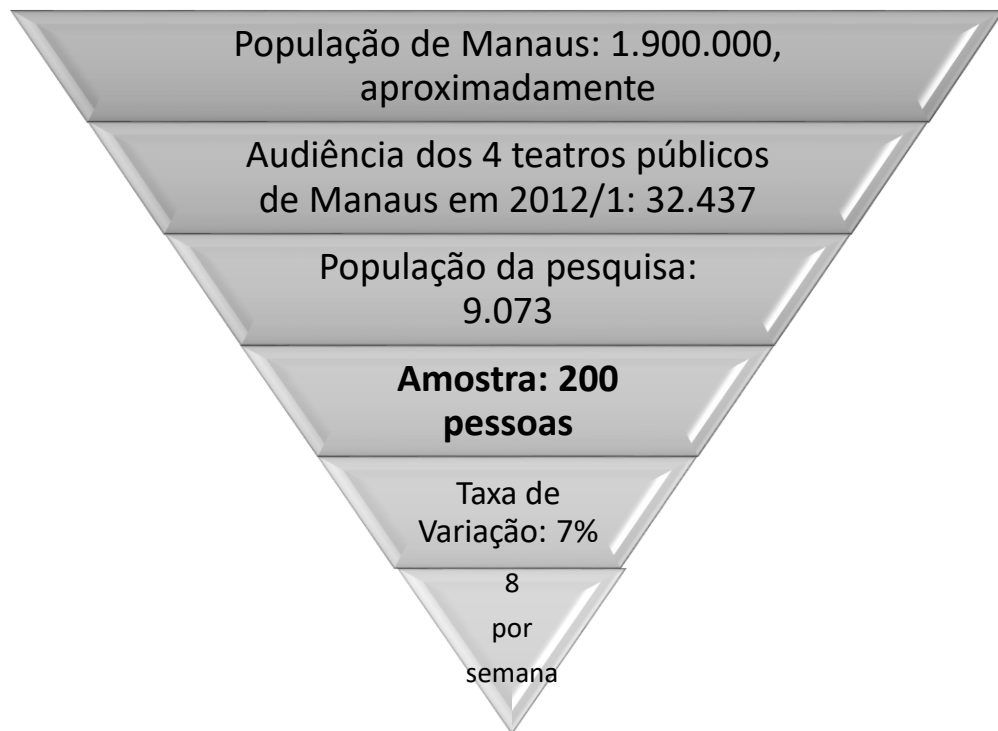


Figura 4 - Consolidação dos dados de planejamento da pesquisa

A escolha por esta forma de coleta de dados se deu diante da natureza da pesquisa que se propõe, desde seu problema, a ser absolutamente focada em determinado campo, com determinada população. A utilização da entrevista, bem como de um entrevistador com um questionário previamente formulado com base nas variáveis da pesquisa e com vistas ao alcance da hipótese apresentada, é um instrumento de grande valia e que possui muito mais ponto a favor que contra.

Como o próprio Babbie (1999, p.259) diz a presença de um entrevistador geralmente reduz a quantidade de “não sei” e “sem resposta” com relação aos questionários que são enviados a residências e não são acompanhados, presencialmente, de algum pesquisador ou entrevistador previamente preparado. Se a minimização de tais respostas é importante para a pesquisa, o entrevistador pode ser instruído a buscar respostas, assim como também podem evitar confusões com os itens do questionário. Se o entrevistado não entender a intenção da pergunta ou indicar que não a entende, o entrevistador pode explicar, rapidamente, o assunto e assim obter respostas relevantes. O entrevistador pode, ainda, observar enquanto faz as perguntas e isso é muito relevante no caso de pesquisas que, com esta, apontam para a descrição de um determinado perfil de consumidores que se busca estudar.

A pesquisa de *survey* é, por necessidade, baseada numa teoria irrealista de cognição e comportamento *estímulo-resposta*. Deve-se presumir que cada pergunta e cada resposta significam exatamente a mesma coisa para todos os respondentes. Apesar de o objetivo ser impossível, de forma geral, a construção das perguntas foi pensada de forma a amenizar essas diferenças entre cada respondente abordado.

O entrevistador também precisa se ajustar a essa situação. Sua presença não deve afetar a percepção que o respondente tem da questão, ou da resposta. Portanto, o entrevistador deverá ser um meio *neutro*, através do qual perguntas e respostas são transmitidas.

O processo por que passará os dados, após sua coleta, é mecânico, porém a natureza de sua realização será um fator primordial para auxiliar no momento de analisar qualitativamente as variáveis apresentadas e relacioná-las, buscando alcançar o perfil das unidades de análise da pesquisa.

Babbie (1999, p.288) também esclarece sobre os mecanismos menos complexos de tabulação de dados e posterior análise. Para isso se fará uso de um *software* onde os dados possam ser “lançados” e depois correlacionados, multiplicando as leituras e interpretações sobre as variáveis, de acordo com as respostas obtidas pelo questionário. Essa conversão dos dados coletados é algo que será apresentado aqui, como forma de introduzir este assunto e sua existência na pesquisa como uma escolha metodológica, mas que voltará a ser tratado com minúcia e, também, apresentando seus primeiros resultados, no capítulo que versará especificamente sobre as análises de perfil dos respondentes.

Fazendo uma ligação com a análise de conteúdo, já citada anteriormente neste capítulo, a partir desse momento do “tratamento” dos dados, esse assunto volta com a demonstração de sua aplicação de maneira mais prática que anteriormente instruído.

O processo principal para que o *software* realize as correlações dos dados é “transformar” as respostas auferidas nas pesquisas de coleta, em maneiras pelas quais o computador possa “ler” o que tiver de informações. A esse processo chama-se **codificação**. Quando se usa métodos de pesquisa como o *survey* é necessário um processo de codificação após os dados terem sido coletados. Por exemplo, os itens abertos do questionário resultam em respostas não-numéricas que precisam ser codificadas antes da análise.

Como na análise de conteúdo, o objetivo nesse momento é reduzir uma grande variedade de itens muito específicos de informação a um conjunto mais limitado de atributos compondo uma variável. Apesar do esquema de codificação dever ser ajustado para satisfazer requisitos particulares da análise. Se os dados forem codificados com alto grau de detalhamento, as categorias do código podem ser combinadas em qualquer análise que não necessitar deste grau de detalhe. Mas, se eles forem codificados em poucas categorias mais abrangentes, não será possível recriar os detalhes originais durante a análise.

De forma resumida: cada resposta (ou provável resposta, em caso de questões mais abrangentes) corresponde-se um número para o processo de tabulação. Existem, para agrupar as questões, as variáveis que nesse caso vão assumir a função de “categorias de códigos”. Assim fica mais “possível” que um *software* leia as questões e suas respostas, mesmo que este considere aquelas que fogem ao padrão dos questionários, ou mesmo as que possuem larga abrangência. Como exemplo, sugere-se:

Categoria: Acesso (variável)

Questão: Para você, quais as condições de acesso ao teatro hoje?

Respostas: Péssimas (código 1), Regulares (código 2), Boas (código 3), etc.

O próximo passo é a própria análise, produto final desta dissertação. Esta fase é bastante empírica, embora possua o embasamento conceitual necessário para se analisar, atento a fatores importantes, como a correlação das variáveis com o objeto e hipótese da pesquisa. A análise será feita em dois graus: social e econômico. Além disso, introdutoriamente o próximo capítulo tratará sobre os perfis de “identificação” que oportunizará “ler” o respondente em questões definidoras de gênero, idade, região de habitação, entre outros, para então fazer as análises secundárias. A busca é pelo “ser cultural”, que talvez esteja na relação entre as identidades que se constrói como ator social ou na desconstrução de paradigmas hereditários que se carrega, como o desamor às artes, com distinção de raças, origens, lugares e valores.

3.4 OS INDICADORES SINTÉTICOS

A análise dos dados se dará a partir da construção de índices sintéticos que subsidiarão a relação entre as variáveis elencadas anteriormente. Conforme Calabre (2009, p.108) construir um índice sintético consiste em sumarizar determinadas características de uma população, em dado contexto. Essa metodologia busca captar a multidimensionalidade de um fenômeno, a partir da conjugação das diversas facetas que o compõem. A ideia é que se possa expressar, por meio de um número ou coeficiente, uma estimativa da intensidade com que o fenômeno se apresenta em determinada situação.

A partir da utilização desses indicadores sintéticos a serem construídos posteriormente com os dados coletados por esta pesquisa, será possível promover confrontos e classificações entre situações sociais distintas. No entanto é preciso ter claro que os índices sintéticos oferecem uma simplificação da realidade. Naturalmente, não é possível abranger, em um único número, todos os aspectos envolvidos no fenômeno estudado.

Os indicadores sintéticos serão agrupados nos três eixos que foram bases para a construção do questionário: Identificação do respondente, Perfil Social e Perfil Econômico. No âmbito da Identificação o agrupamento das variáveis representadas pelos indicadores permitirá o primeiro movimento para a construção do traçado de perfil do público frequentador de teatro na cidade. São características básicas que possibilitarão localizar os grupos sociais que estão se relacionando com a pesquisa. O Perfil Social traz a intenção de, a grosso modo, referenciar os gostos, hábitos e relações com as artes, no processo histórico de formação do respondente, considerando as referências recebidas da família e da escola, como suscita Bourdieu na conceituação do capital cultural. O Perfil Econômico, por sua vez, pretende ilustrar as relações de posse de recursos institucionalizados socialmente e que representem identidades, ou parte delas, de um determinado indivíduo. As análises agrupadas das variáveis a serem representadas pelos indicadores sintéticos passarão pela ordem de observação de conceitos que, principalmente, Bourdieu utilizou nas suas pesquisas que contribuirão para a conceituação do consumo cultural.

Por fim, há que se considerar as heteronomias e os conflitos que envolvem os estudos relacionados ao desenvolvimento cultural e a utilização de indicadores como ferramentas estratégicas na construção de políticas culturais. O estudo do perfil e das tendências de consumo em teatro na cidade de Manaus, embora seja o principal objetivo dessa dissertação, não tem a pretensão de esgotar as possibilidades de leituras e análise, a partir desses indicadores sintéticos que singularizam as variáveis da questão. A intenção é de promover o máximo de correlações

possíveis para que se alcance um perfil mínimo desse importante objeto de estudo das políticas culturais: o indivíduo e as perspectivas que circundam o tema do consumo cultural.

3.4.1 Organizando o questionário

Com o intuito de desenvolver uma análise crítica das variáveis eleitas para a elaboração do questionário e, ainda, objetivando auxiliar na leitura do mesmo em função do que se pretende auferir com a pesquisa aplicada para esta dissertação, será destrinchado em blocos de análise, as devidas questões propostas do instrumento a ser aplicado, afim de relacionar os itens necessários para a posterior análise e congruência na formação do perfil de tendência ao consumo cultural em teatro na cidade de Manaus. O questionário encontra-se no apêndice desta dissertação.

Eixo: Identificação

Variáveis: 1) *Sexo*; 2) *Idade*; 3) *Estado Civil*; 4) *Raça (autodeclarada)*; 5) *Orientação Sexual*; 6) *Religião*

Estratégia de análise: Essas variáveis são fundamentais para uma primeira compreensão do indivíduo consumidor de cultura. Isso se dá à medida que é possível perceber quais os principais grupos sociais se encontram presentes nas plateias dos teatros na cidade de Manaus, atualmente. Sabe-se que as estratégias de aproximação de público infelizmente não são customizadas a realidades sociais diferentes. Dessa forma, é relevante considerar como que a composição de plateia pode ser heterogênea se os mecanismos de atração do produto artístico tendem a promover maior identificação com ou um outro núcleo social.

Eixo: Identificação

Variável: 7) *Grau de Instrução*

Estratégia de análise: A partir dos estudos suscitados por Bourdieu acerca do capital escolar como um dos elementos fundamentais para a consecução do capital cultural de cada indivíduo, faz sentido que a pesquisa seja pautada na compreensão dos níveis escolares individuais como fator de relevância para as escolhas estéticas de apreciação de cada entrevistado. No Brasil, o tema da educação é bastante delicado porque é inserido em um contexto de denúncias acerca da precariedade que este tem sido tratado nos últimos anos.

Eixo: Identificação

Variável: 8) *Região da cidade em que habita*

Estratégia de análise: A localização do teatro influencia na demanda? Considerando que os teatros eleitos para a realização desta pesquisa não estão localizados na mesma região geográfica da cidade, e que isto foi algo intencional afim de se vislumbrar quais interferências o fator localização tem sobre o processo de consumo cultural, é fundamental observar os bairros de origem dos frequentadores para que, posteriormente em análise, seja possível relacionar as consequências favoráveis ou não, quanto à incidência nos espaços públicos. O objetivo é o de observar se existem regiões da cidade com mais ou menos interesse/disponibilidade em teatro.

Eixo: Identificação

Variáveis: 9) *Ocupação*; 10) *Se for estudante, qual a natureza da instituição*

Estratégia de análise: Trata-se de um fator de fundamental relevância. Saber se um trabalhador possui maior ou menor aproximação do consumo cultural é importante, inclusive, porque dialoga com estratégias mais customizadas de acesso do MinC, por exemplo, como é o caso do “vale-cultura”. E, ainda, se este mesmo indivíduo não for ainda um profissional de qualquer área e tratar-se de um estudante, por sua vinculação à uma instituição de ensino, isso pode ser um elemento de aproximação maior às artes ou não tem a influência necessária? É possível, ainda, observar aqueles que não possuem ocupação alguma, já que não é possível pensar que as estratégias de aproximação dos públicos não podem acontecer unicamente em favor dos que estão vinculados a alguma instituição social, seja ela profissional ou de educação.

Eixo: Perfil Social

Variável: 11) *O que gosta de fazer nas horas vagas? (Prioridades 1, 2 e 3)*

Estratégia de análise: A partir da compreensão de que a arte também pode ser uma forma de entretenimento, vale a observação de quais as principais atividades de lazer que “disputam” com o teatro. E, ainda, considerando o perfil traçado a partir da maior incidência de uma ou outra tendência observada, é interessante perceber quais seriam as atividades que em termo de gosto se nivelam com o teatro, tomando por base os interesses manifestados pelos seus frequentadores. Esse estudo é importante aqui por que pode contribuir para a posterior promoção de políticas de atração de público que dialoguem com outras artes e setores sociais. É possível, dessa forma, pensar em estratégias holísticas de comunicação do teatro com potenciais públicos que ora passam despercebidos aos atores responsáveis por essa interlocução.

Eixo: Perfil Social

Variáveis: 12) *Numa escala de 0 a 10, qual seu interesse em teatro;* 13) *Você conhece alguma companhia de teatro da cidade;*

Estratégia de análise: Saber qual o interesse prévio da população estudada é um fator de análise fundamental, pois a partir dos estudos de Bourdieu sabe-se que a predisposição para o consumo das artes é algo que pode ser adquirido e/ou herdado. No entanto, independente do caso, é necessário saber se esse interesse existe para que o indivíduo tenha procurado o objeto de arte ou se a presença dele no teatro é resultado de um processo que não foi construído em paralelo à sua formação social.

Eixo: Perfil Social

Variáveis: 14) *Frequência em teatro (espetáculos locais);* 15) *Frequência em teatro (espetáculos nacionais e/ou internacionais);* 16) *O que o impede de frequentar mais o teatro?*

Estratégia de análise: Neste bloco, tem-se três das principais questões que norteiam esta pesquisa acadêmica. A efetiva presença do público em espetáculos de teatro e o motivo pessoal de sua ausência para aqueles que responderam que nunca/primeira vez/poucas vezes frequentaram teatro é um mote de grande importância para a análise em tela, pois pode responder inclusive a questões como o posicionamento crítico do indivíduo sobre as ofertas artísticas da cidade, questões de formação e identificação com as artes, processos de comunicação mercadológica do teatro (divulgação, preços, etc.), entre outros. Ainda há a possibilidade de se observar as diferenças entre o consumo do que é produzido na cidade em detrimento do que é “importado” para apresentar-se na cidade, sem a garantia de qualidade artística, mas que abarque outros elementos atrativos, como a presença de artistas midiáticos, etc.

Eixo: Perfil Social

Variáveis: 17) *Há carência de atividades artísticas na cidade de Manaus;* 18) *Você costuma praticar ou já praticou alguma atividade artística anteriormente*

Estratégia de análise: Neste núcleo é possível observar se há uma opinião política da população sobre as ofertas de consumo em teatro na cidade, além de saber se essas mesmas pessoas possuem identificação com o tema das práticas artísticas para além de espectadores, ou seja, se elas já possuíram experiências pessoais com as artes o que permita uma opinião mais criteriosa sobre o fazer artístico, bem como os mecanismos de divulgação das obras produzidas na cidade de Manaus.

Eixo: Perfil Social

Variável: 19) *Como ficou sabendo do espetáculo hoje*

Estratégia de análise: Nesse momento é possível obter informações que revelem qual(is) mídia(s) é(são) o(s) principal(is) veículo(s) de divulgação da programação local. Isto é, considerando que há uma estratégia customizada de comunicação e comercialização dos espetáculos que se apresentam nos espaços analisados na pesquisa. Entre outras coisas, esse foco de análise também permitirá relacionar, posteriormente, se a influência das mídias sociais e seus principais usuários é algo que tem repercutido de forma a auxiliar o processo de frequência nos teatros públicos ou não. Considera-se a tecnologia, hoje, como um dos principais aliados na conquista de novos públicos em diversas esferas e, ainda, não se tem conhecimento acerca de alguma pesquisa que afirme com exatidão os efeitos diretos desta realidade sobre o teatro.

Eixo: Perfil Social

Variável: 20) *Qual o gênero de sua preferência*

Estratégia de análise: Neste momento da análise é possível observar tendências relativas ao gosto e à construção do perfil de consumo e escolha a partir da consideração dos conteúdos apresentados nos espetáculos teatrais. Quando se discute acerca do hábito de frequência da população ao teatro, é necessário que se considere também a multiplicidade de gêneros e que esta representa uma mesma multiplicidade de gostos. Não é possível generalizar o tema do consumo cultural em teatro ao “simples” hábito de ir a um espaço público de representação. O conteúdo que se é apresentado é tão importante quanto neste mesmo sentido.

Eixo: Perfil Econômico

Variável: 21) *Qual o maior valor investido por você em algum produto cultural*

Estratégia de análise: A partir desse momento é possível observar outros elementos que são igualmente importantes para a análise da tendência de perfil dos manauaras: a consideração econômica que envolve o tema. Vale a pena considerar que o hábito de ir ao teatro também é uma forma de investimento cultural. O investimento não está apenas no conceito do governo, enquanto entidade responsável pela gestão financeira pública e sua aplicação na promoção da cultura e do acesso democrático. O conceito do investimento também acontece quando o indivíduo torna-se capaz de vivenciar experiências que vão suscitar engrandecimento intelectual, ou ainda quando os pais o fazem em relação aos filhos. Quando se considera esse processo como um investimento, é importante então analisar quanto tem sido essa repercussão,

considerando as realidades vividas em outros lugares, conforme pesquisas a seres consultadas posteriormente.

Eixo: Perfil Econômico

Variável: 22) *Quais as condições de acesso a este teatro hoje*

Estratégia de análise: A questão aqui apontada diz respeito à acessibilidade física dos espaços culturais públicos de Manaus e sua reverberação no consumo cultural. É sabido que a cidadania é um direito que no Brasil ainda precisa de maior tempo de apropriação por parte de seus atores sociais. No entanto, é válido observar esta consciência presentificada (ou não) nos frequentadores de teatro. A intenção é a de perceber se existe a consciência crítica quanto ao transporte público para acesso ao local de apresentações, a localização do teatro, divulgação da apresentação, segurança no caminho traçado até o local de destino, entre outros.

Eixo: Perfil Econômico

Variáveis: 23) *Na sua opinião, os espetáculos deveriam ser (pagos, gratuitos, entre outros);* 24) *Qual meio de transporte utilizou para vir ao teatro hoje*

Estratégia de análise: Ainda no contexto analítico econômico da pesquisa, este traçado entre a percepção do espectador quanto à consideração da arte como um elemento mercadológico – e por isso a necessidade de cobrança de ingressos ou gratuidade - e o meio de transporte utilizado para ir ao teatro – o ônibus tecnicamente representa a carência de bens financeiros, enquanto que o carro traduz uma potencialidade aquisitiva maior do indivíduo – é fundamental porque pode oportunizar uma análise comparativa sobre o poder aquisitivo influenciando na compreensão da arte como um ofício e não um *hobbie*, por parte daqueles que estão ocupando os teatros em Manaus. É relevante considerar essa percepção advinda dos (potenciais) consumidores culturais porque acredita-se que isso resvalará na afirmação de um setor produtivo artístico na cidade.

Eixo: Perfil Econômico

Variável: 25) *No último ano você foi a alguma atividade cultural*

Estratégia de análise: A partir da consideração do mesmo respondente da questão anterior e a sua percepção da arte entendida como processo produtivo, vale então considerar que outras formas de expressão artística cultural tem despertado este mesmo consumidor e, assim como realizado anteriormente em relação a outras atividades de lazer, eis aqui a necessidade de uma análise comparativa da frequência em teatro com a frequência em outras

manifestações artísticas, de maneira a contribuir para a configuração do traçado de tendências correlacionadas entre as atividades culturais ofertadas em Manaus.

Eixo: Perfil Econômico

Variáveis: 26) *Qual a frequência de acesso à internet;* 27) *Com que frequência você assiste televisão*

Estratégia de análise: Nesse foco de análise é possível confrontar a arte do teatro com duas principais mídias: a internet e a televisão. Embora existam pesquisas que apontem a internet com maior adesão dos indivíduos de uma sociedade atualmente, a televisão ainda representa outra grande fatia de entretenimento, informação, consumo. Desta forma, cabe então questionar qual o espaço do teatro em comparação a estas duas potências e, ainda, analisar se os frequentadores dispõem de tempo para estas tarefas ou se seria possível afirmar que a internet e a televisão têm “roubado” as pessoas do teatro, enquanto edifício.

Eixo: Perfil Econômico

Variáveis: 28) *Quantos desses itens você possui (tv em cores, rádio, banheiro, etc.);* 29) *Qual o grau de instrução do chefe de família*

Estratégia de análise: Por fim, neste contexto econômico, essas duas questões são retiradas do Critério de Classificação Econômica Brasil e nortearão, basicamente, os dados que informarão qual a principal classe econômica frequentadora dos espaços públicos de teatro em Manaus. Essa informação é fundamental para a customização de estratégias políticas de acesso por parte dos órgãos locais competentes e fundamentará possíveis diálogos entre esta pesquisa e o governo local para a consecução de políticas culturais engajadas com a realidade observada na cidade de Manaus.

4 AFINAL, QUEM ESTÁ NA FILA DO TEATRO?⁴

4.1 ANÁLISE DOS DADOS – IDENTIFICAÇÃO

Antes de iniciar a análise dos dados da pesquisa, após tabulação, vale elencar as principais características apontadas pelas estatísticas, no âmbito da descrição da amostra observada, como possível fator de reconhecimento deste atual perfil do público de teatro dos equipamentos culturais do estado.

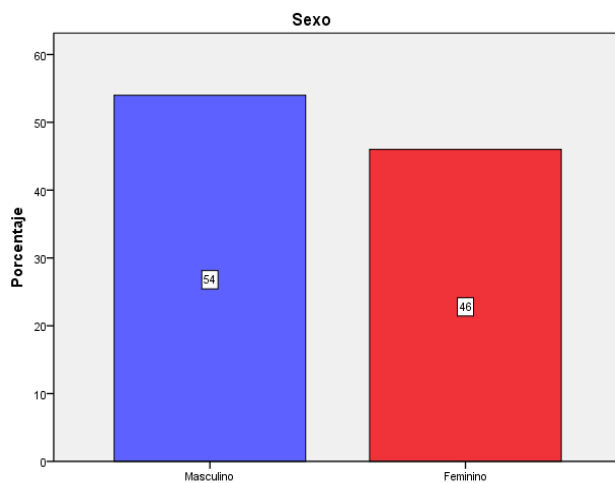


Gráfico 1 – Variável “sexo” dos entrevistados

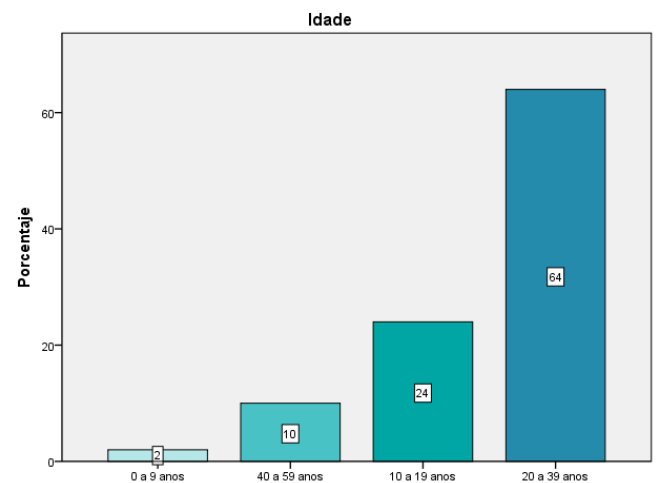


Gráfico 2 – Variável “idade” dos entrevistados

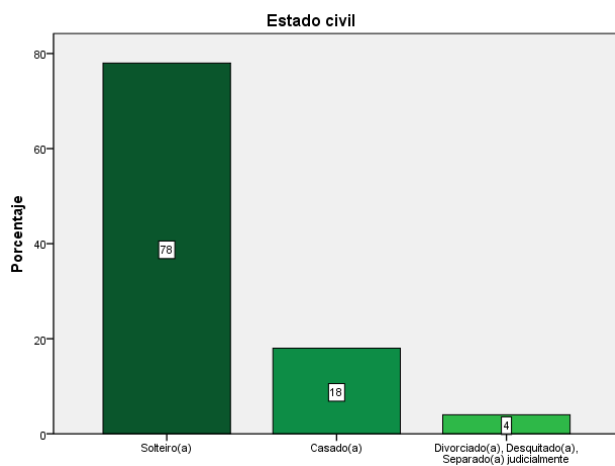


Gráfico 3 – Variável “estado civil” dos entrevistados

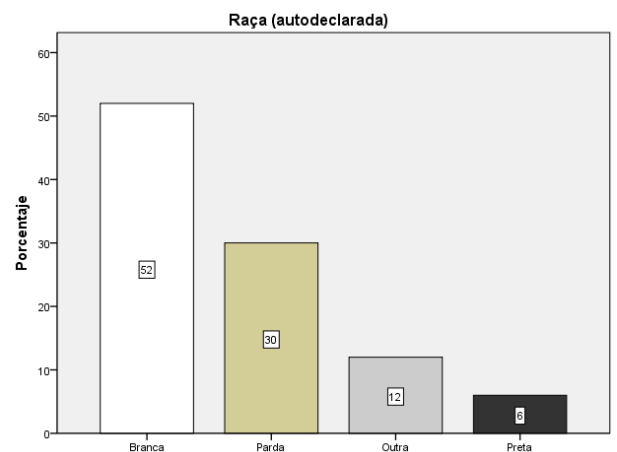


Gráfico 4 – Variável “raça” dos entrevistados

⁴ Os gráficos apresentados neste capítulo possuem coeficiente de variação de 7%.

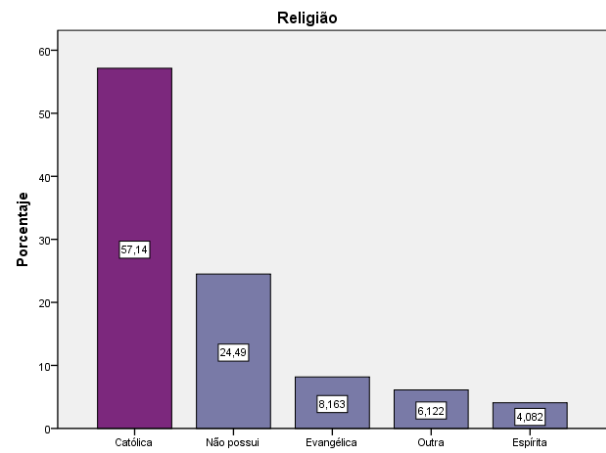
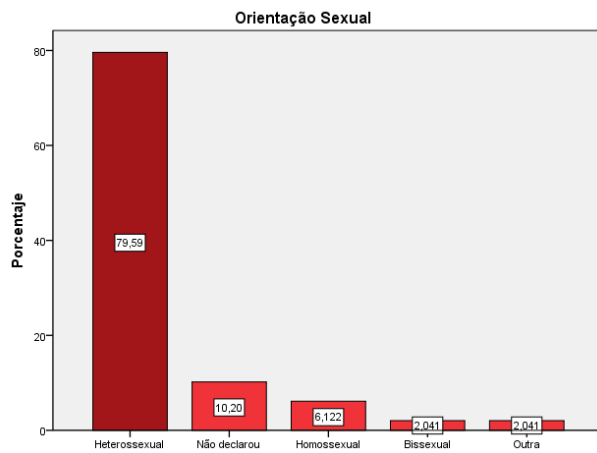


Gráfico 5 – Variável “orientação sexual” dos entrevistados Gráfico 6 – Variável “religião” dos entrevistados

Em uma primeira observação analítica, os dados da pesquisa informam que os respondentes são essencialmente homens (54%), tem idade entre 20 e 39 anos (64%), brancos (52%), solteiros (78%), heterossexuais (79%) e católicos (57%). Esse primeiro traçado do perfil é fundamental para a contextualização da pesquisa e compreensão de processos culturais variáveis de lugar para lugar. Como observado no capítulo 2 desta dissertação, o processo de miscigenação ocorrido principalmente no período da borracha em Manaus é bastante dilatado. No entanto, não é essa realidade observada nos traçados físicos dos frequentadores de teatro em Manaus. A presença marcante de pessoas (autodeclaradas) brancas é um dado curioso, visto que a população nortista não possui grupos expressivos de pessoas com a pele clara, pela própria história de colonização e a forte presença de indígenas e descendentes na região.

A negação da identidade é uma possibilidade a ser considerada nesse caso, uma vez que os dados não coincidem com a realidade observada pelos próprios moradores da região. Outro elemento a ser considerado é a afirmação da religião católica para a maioria dos respondentes. Não é um dado que promova surpresa ao ser revelado, pois há que se considerar que o Brasil é o país com maior número de católicos declarados do mundo. Outro dado importante é a presença massiva de jovens nas plateias dos teatros. Muito provavelmente isso se dá devido às estratégias de comunicação entre artista x público que tem se restringido cada vez mais às mídias sociais que são mais presentes na vida de pessoas jovens e, ainda, pela identificação dos fazedores de arte em Manaus que, por conhecimento de causa, são essencialmente da mesma faixa etária apontada na pesquisa.

A questão da sexualidade é um elemento de discussão delicada, cada vez mais. Ainda que haja o avanço dos direitos humanos na sociedade contemporânea e, associações ligadas às questões LGBTTT afirmem que há uma presença maior do que se sabe de pessoas com

orientação sexual diferente de “heterossexual”, a pesquisa local ainda aponta essa realidade como diferente da coletada em entrevistas pessoais.

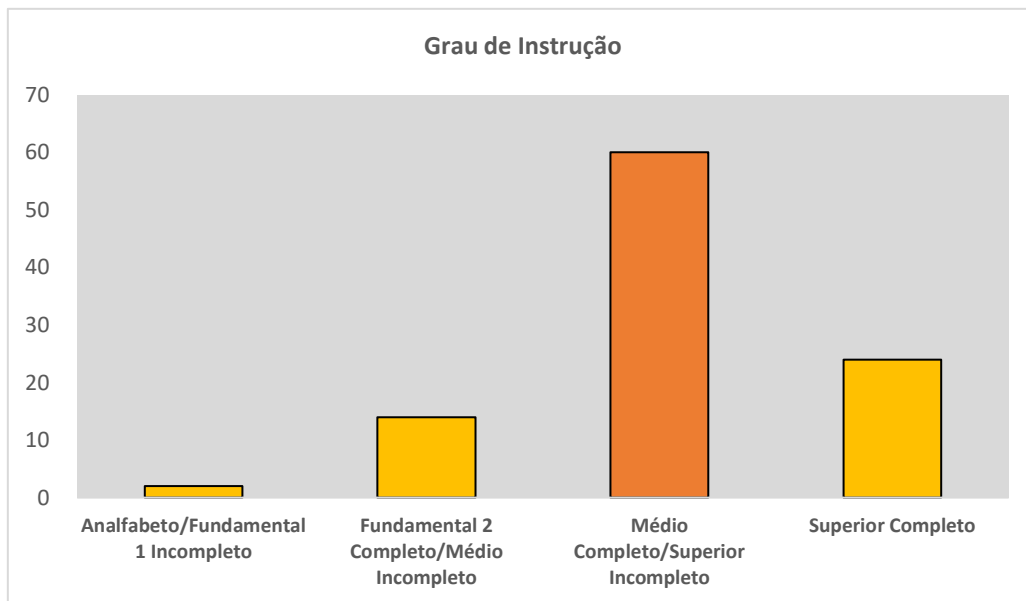


Gráfico 7 – Variável “grau de instrução” dos entrevistados

A realidade observada nesse foco de análise é a que responde positivamente às propulsões trazidas com os estudos apontados por Bourdieu em sua obra de vida. O fato de que entre os entrevistados, muitos afirmarem ter formação entre o ensino médio completo e o ensino superior em curso ou não concluído (60%), indica que o capital escolar – ainda que as instituições escolares tendo o monopólio da *certificação* administrem a conversão do capital cultural herdado em capital escolar, e por isso não tenham o monopólio da produção do capital cultural, Bourdieu (2007, p. 78) - este representa ainda um fator de distinção nesse estudo em tela.

Apesar de não ser no nível mais elevado dos estudos que esteja a concentração dos principais frequentadores de teatro da cidade de Manaus, o lugar onde aparece a maior incidência denota que a escola tem tido sua participação – ainda tímida diante da capacidade possível – mas sem se eximir de parte de sua responsabilidade na formação do indivíduo. Essa informação é importante, principalmente quando é possível compará-la com a pesquisa feita pelo SENADO FEDERAL (2012, p. 15) onde afirma que das pessoas com ensino médio completo (mesmo nível escolar dos principais respondentes desta pesquisa) 92% concluiu que

realizar eventos culturais em escolas, praças e espaços públicos é muito importante, por exemplo.

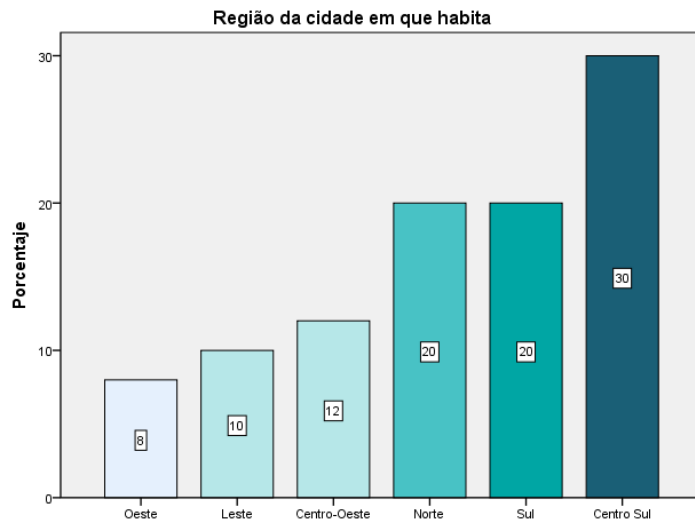


Gráfico 8 – Variável “região da cidade em que habita” dos entrevistados

Em Manaus, o principal teatro – o Amazonas - localiza-se na região centro-sul, onde a maioria dos respondentes (30%) também afirmou morar, igualmente nesta região localiza-se o outro teatro eleito para a pesquisa – o da Instalação. As outras regiões da cidade abarcadas com a pesquisa foram a norte (20% dos respondentes) e oeste (8% dos respondentes). Isso denota que apesar da descentralização dos espaços escolhidos para a pesquisa, os frequentadores não são exatamente os “vizinhos” destes equipamentos culturais.

Considerando que em Manaus não há uma estratégia de público clara quanto à acessibilidade dos espaços culturais coordenados pela SEC, as pessoas tendem a se deslocar mais para a região centro-sul, onde também se encontra o bairro do Centro, principal centro de comércio popular da cidade. É fato que não há uma interligação comprovada entre o consumo comercial dos respondentes da pesquisa, no entanto o fato de dois dos teatros analisados localizarem-se próximo à região de maior fluxo de pessoas da cidade, oportuniza o encontro teatral em maior incidência que em outros lugares de Manaus.

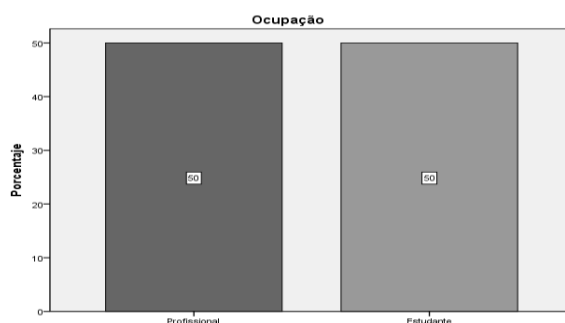


Gráfico 9 – Variável “ocupação” dos entrevistados

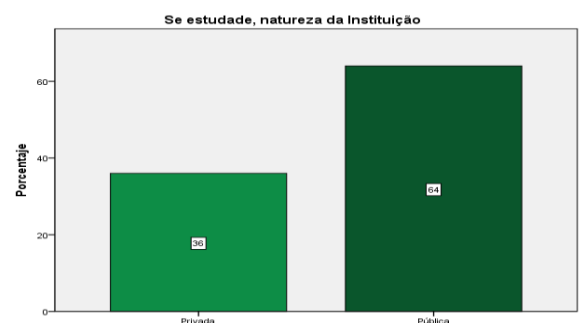


Gráfico 10 – Variável “natureza da instituição” dos entrevistados

Nesse momento da análise é possível observar que os respondentes são igualmente estudantes (50%) ou profissionais (50%) e os que são estudantes o são de instituições públicas de ensino (64%).

5.2 ANÁLISE DO PERFIL SOCIAL: O CAPITAL SIMBÓLICO

Nesse contexto, as variáveis utilizadas no questionário de aplicação da pesquisa são dispostas aqui, graficamente, na perspectiva de elencar outras principais características do público amostrado, sob a prerrogativa de análise das características sociais que envolvem a dinâmica do consumo cultural em teatro.

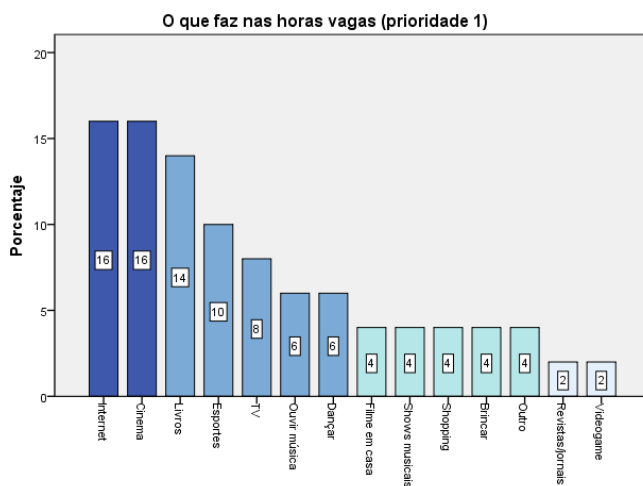


Gráfico 11 – Variável “atividades nas horas vagas, em primeira prioridade”, dos entrevistados

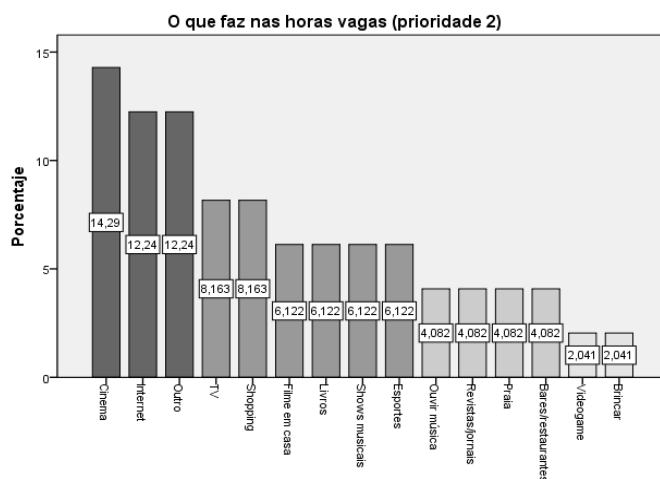


Gráfico 12 – Variável “atividades nas horas vagas, em segunda prioridade”, dos entrevistados

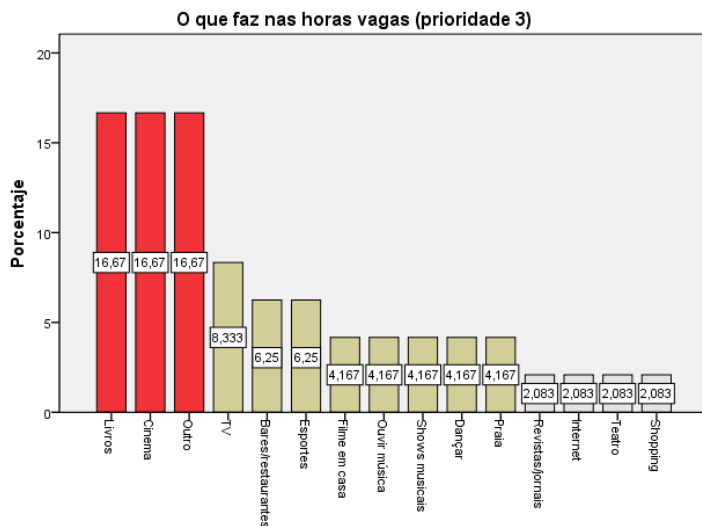


Gráfico 13 – Variável “atividades nas horas vagas, em terceira prioridade”, dos entrevistados

Nesse momento da análise é possível observar que na consideração da ambientação social dos entrevistados, há que se levar em conta dados como os que apontam para as prioridades das atividades de lazer dos entrevistados que mostram que a internet (16% na prioridade 1 e 12% na prioridade 2) e o cinema (16% na prioridade 1 e 14% na prioridade 2) ocupam as primeiras colocações nas duas primeiras prioridades, enquanto na terceira o cinema (16%) ainda se sustenta, acompanhado dos livros (16%) e de outras (16%) atividades não elencadas na pesquisa. Isso rebate a consideração nacional de que o cinema está perdendo o seu público, o que pode ser encarado de forma contextual. Em comparação à arte do teatro, por exemplo, essa ainda representa um atrativo de destaque para o público consumidor de cultura em Manaus.

Na pesquisa realizada pelo SENADO FEDERAL (2012, p.16) 56% das pessoas afirmaram não ter ido ao cinema no ano anterior ao da pesquisa, enquanto apenas 8% informaram que foram, pelo menos, uma vez no mesmo período questionado. Dessa forma, percebe-se que o cinema, por exemplo, não é o principal “vilão” das ausências percebidas nas plateias dos teatros, como um todo, em especial em Manaus. A frequência é relativamente baixa se considerado a oferta massiva. Em Manaus, existem 6 *shoppings centers* todos com cinemas em atividades diárias. O mesmo não ocorre com o teatro que não possui temporadas contínuas, tampouco um calendário regular de apresentações nos espaços visitados.

Não obstante esse processo, ainda há que se considerar a multiplicidade de ofertas de lazer e entretenimento que disputam espaço com o teatro. Aqui está apenas algumas observações pertinentes a uma dessas atividades. Esgotá-las seria impossível nesse momento.

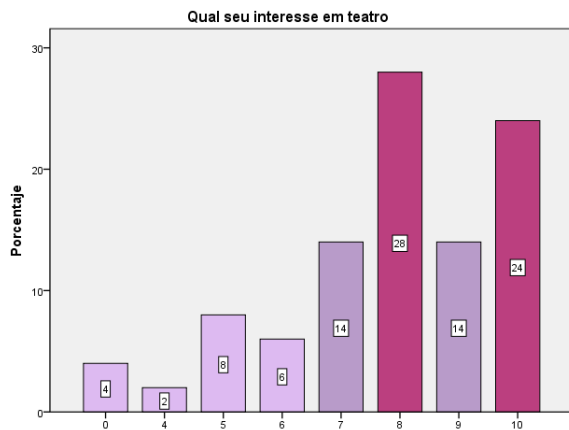


Gráfico 14 – Variável “grau de interesse em teatro de 0 a 10” dos entrevistados

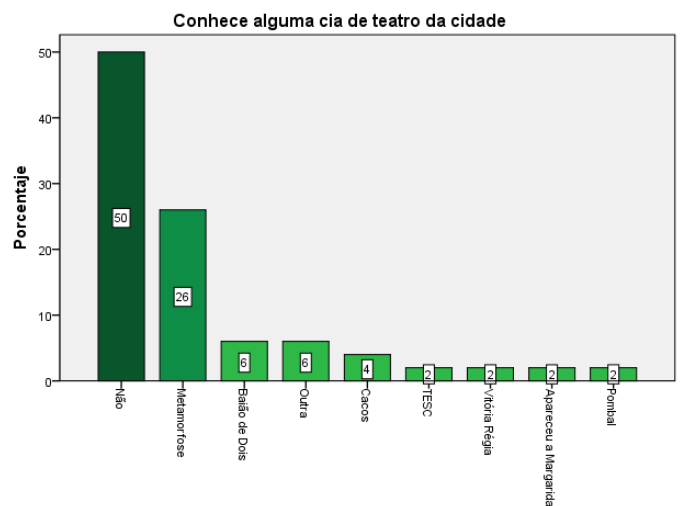


Gráfico 15 – Variável “conhece alguma cia de teatro da cidade” dos entrevistados

Nesse âmbito da pesquisa outro ponto relevante é que, de forma geral, há um considerável interesse da população local na atividade artística do teatro. Na pesquisa as notas 8 (28%) e 10 (24%) aparecem de forma a conquistar pouco mais da metade das opiniões totais. Em contrapartida o desconhecimento em 50% de qualquer companhia de teatro local ilustra a problemática da ausência desses interessados nas plateias (teatros e praças/ruas) onde as trupes realizam suas apresentações. Dentre os que apontaram que conhecem alguma cia de teatro da cidade, está a citação em 26% da Cia de Teatro Metamorfose que atua há pouco mais de 10 anos especialmente no gênero infantil, o que não significa, por sua vez, que seja este o gênero de maior destaque, a partir das respostas dos entrevistados.

Já citado anteriormente, a questão da ausência de estratégias customizadas de atração dos públicos por parte dos atores sociais responsáveis pela interlocução com a sociedade, revela a gênese deste problema do desconhecimento. Não há em Manaus uma rotina de apresentações onde seja possível criar o hábito de frequentar os teatros locais públicos, por consequência conhecer as cias de teatro da cidade. Essa é uma das principais reivindicações dos artistas locais.

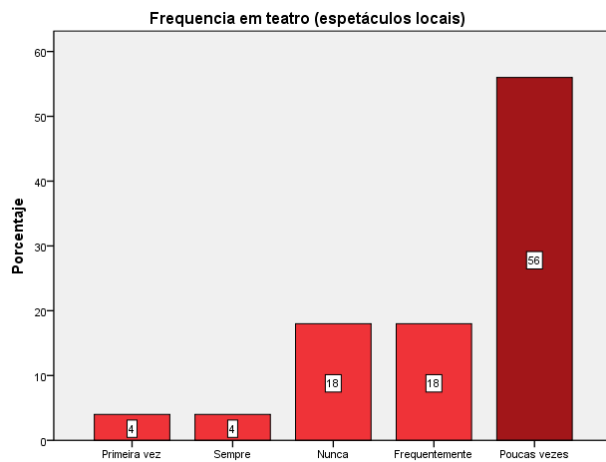


Gráfico 16 – Variável “frequência em espetáculos locais” dos entrevistados

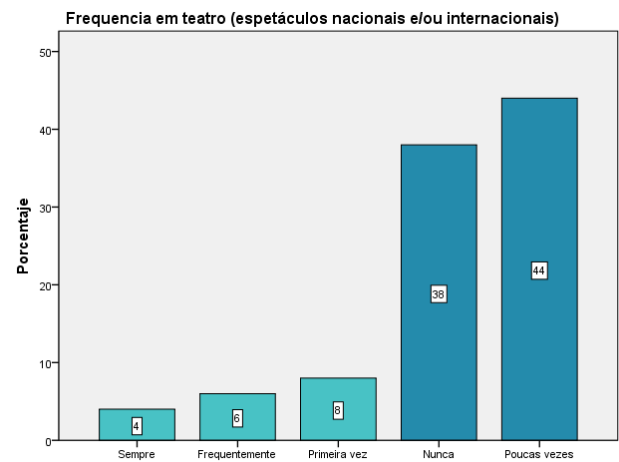


Gráfico 17 – Variável “frequência em espetáculos nacionais e/ou internacionais” dos entrevistados

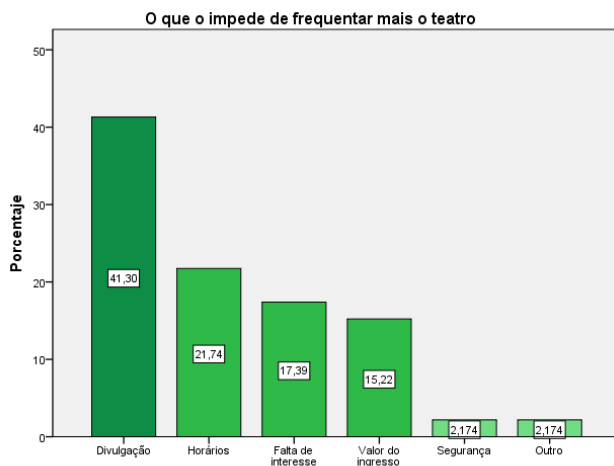


Gráfico 18 – Variável “o que o impede de frequentar mais o teatro” dos entrevistados

Ao retornar a discussão para a ausência do público nos espaços culturais públicos da cidade, há um dado que aponta de forma contundente essa informação, ao observar que a frequência em espetáculos locais em Manaus está em 56% e quando a questão se polariza para os espetáculos nacionais e/ou internacionais que a cidade recebe observa-se que 44% dos entrevistados vão poucas vezes assisti-los, enquanto 38% nunca foram. São dados alarmantes que destoam do interesse apresentado anteriormente.

Sob a perspectiva de observar o que, então, seria o(s) principal(is) motivo(s) dessa ausência quase generalizada, o elemento divulgação dos espetáculos surge com certo destaque (41%), seguido das questões de horário das obras (21%), interesse em assisti-las (17%) e valor do ingresso (15%). Não fica constatado, então, que o fator segurança, tão comprometedor hoje nas grandes capitais, seria o responsável pela desaproximação do teatro em Manaus e seus públicos.

Estes dados são amenizados quando se observa que na pesquisa do SENADO FEDERAL (2012, p.17), 72% das pessoas não foi ao teatro nos seis meses anteriores à pesquisa, e destes 75% são da região norte. Apenas 9% das pessoas que responderam o questionário do Senado foram, pelo menos, uma vez no mesmo período questionado. O MinC, assim como a SEC, contextualizando a discussão, necessita desenvolver programas de governo emergenciais para reversão desta realidade. A atividade do teatro está sendo apontada pelos dados coletados nestas pesquisas em tela, como algo que está em constante declínio com relação ao consumo cultural no sentido mais amplo, como o ato de ir a um equipamento cultural assistir um espetáculo teatral. Trata-se da emergência de atuação dos entes envolvidos (governo e artistas), além de citar os demais atores dos processos mercadológicos da arte, mas que não são o foco desta pesquisa.

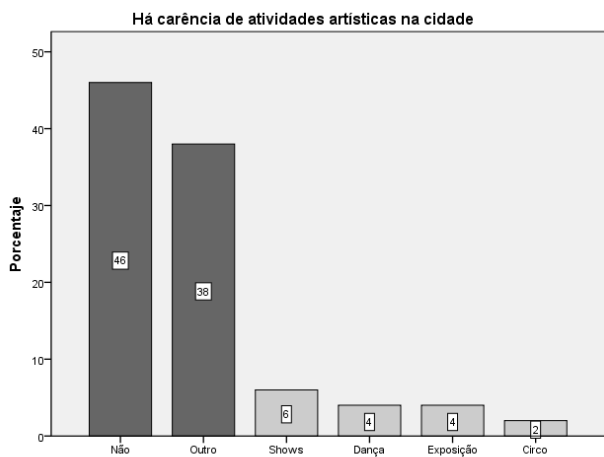


Gráfico 19 – Variável “carência de atividades artísticas na cidade” dos entrevistados

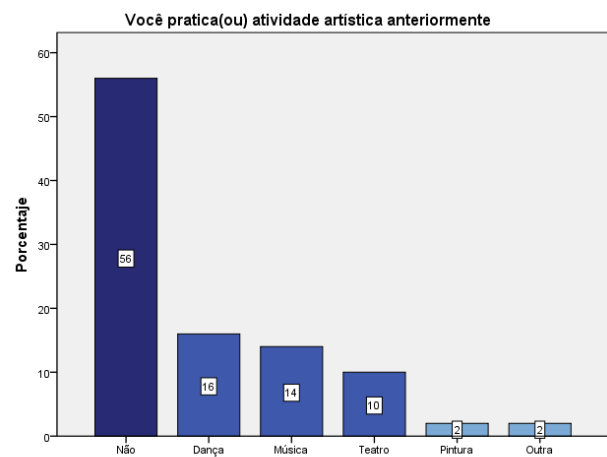


Gráfico 20 – Variável “prática de atividades artísticas” pelos entrevistados

O público entrevistado também apontou que não é a ausência de espetáculos que promovem o desprestígio na recepção (46%), contra um outro volume que aponta (38%) a necessidade de mais atividades artísticas na cidade, considerando sugestões não apontadas no questionário, com o próprio fazer teatral.

Quanto à questão de pertencimento, possível às pessoas que já praticam ou praticaram alguma atividade artística, 56% não possuem este vínculo e sobre a forma que os levaram ao teatro no dia da entrevista o curioso índice de 38% sobre outras formas que não elencadas (amigos, mídias em geral, etc.) sugerem o acaso como um dos elementos que ainda contribui para a geração de plateia na cidade.

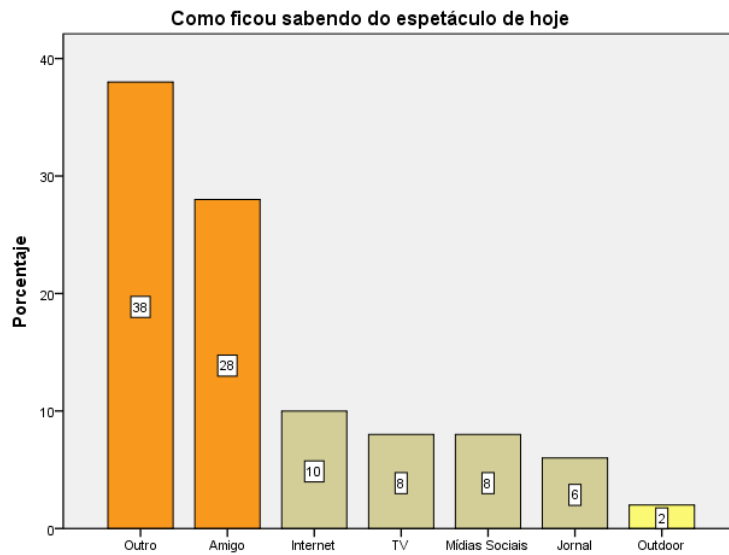


Gráfico 21 – Variável “como ficou sabendo do espetáculo hoje” pelos entrevistados

Este item de análise apresenta a confirmação de que não são as mídias majoritárias (internet como um todo, tv, mídias sociais e jornal) que são as principais responsáveis pela divulgação das ações de teatro desenvolvidas em Manaus. A maior parte se dá através do convite direto de amigos, o que se é conhecido nas agências de marketing como o *one-to-one*, ou vulgarmente boca-a-boca, além de outras formas de divulgação não citadas no questionário.

A revelação de que estas estratégias midiáticas não representam o maior diálogo com o potencial público dos teatros públicos de Manaus denota, mais uma vez, a necessidade de criação e busca de outras formas de diálogos de mercado, de maneira a subverter a situação que se anuncia em tela, cada vez mais.

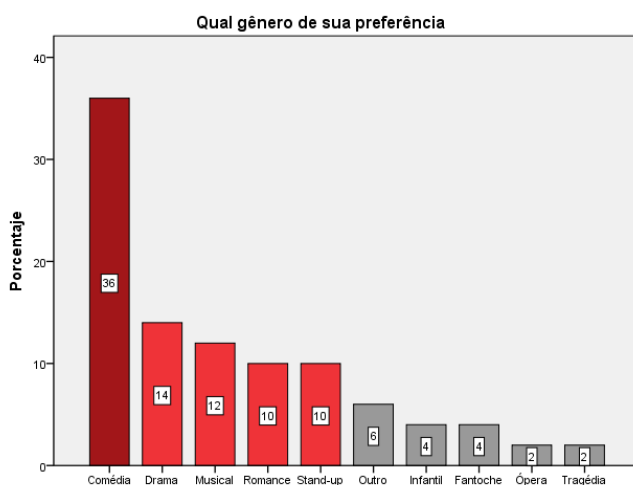


Gráfico 22 – Variável “gênero de sua preferência” dos entrevistados

De maneira contrária à tendência observada quando se analisou se as pessoas conheciam companhias de teatro locais - já que a mais citada é promovedora de espetáculos infantis, unicamente – o gênero de maior atenção do público manauara é a comédia (36%), seguida de certa padronização de gostos nos gêneros drama (14%), musical (12%), romance (10%) e o recente *stand-up* (10%). O gênero infantil surge com apenas 4% do interesse principal na pesquisa.

Nesse primeiro momento, os gráficos apontaram para a consideração da identificação dos respondentes à pesquisa aplicada e a análise do perfil social dos mesmos. As tendências apontadas e observadas ora refletem perspectivas já observadas em pesquisas como a do SENADO FEDERAL (2012), ora anunciam outras características específicas como já visto anteriormente com Stuart Hall sobre a consideração das novas identidades locais a partir de outras influências globais.

5.3 ANÁLISE DO PERFIL ECONÔMICO: O CAPITAL SOCIAL

A partir desse próximo eixo de análise, as condições econômicas e bens em posse serão utilizadas para refletir outras tendências de perfil dos consumidores culturais em teatro na cidade de Manaus.

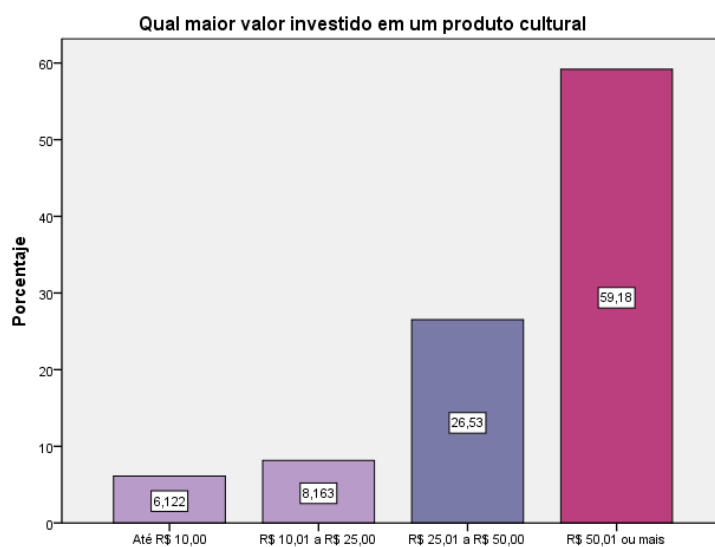


Gráfico 23 – Variável “maior valor investido em algum produto cultural” dos entrevistados

A partir dos dados acima mostrados é possível observar algumas características principais do público da amostra desta pesquisa, quando percebe-se que 59% das pessoas já investiram, no mínimo, R\$ 50,01 em algum produto cultural (ingresso de show, livro, entrada no cinema, em peças de teatro, etc.). Este dado pode ser comparado com o atual “vale-cultura” implantado pelo MinC que destina, para os trabalhadores com vínculo empregatício via CTPS, o valor de R\$ 50,00 mensais para aquisição de produtos culturais.

Aparentemente é uma política assertiva quanto ao valor disponibilizado, caberia nesse caso a consideração de se o conceito está tão clarificado para o consumidor final quanto para a instituição pública promotora. Não é possível desenvolver este discurso no momento da pesquisa, mas vale a possibilidade de relação entre os dados aqui observados.

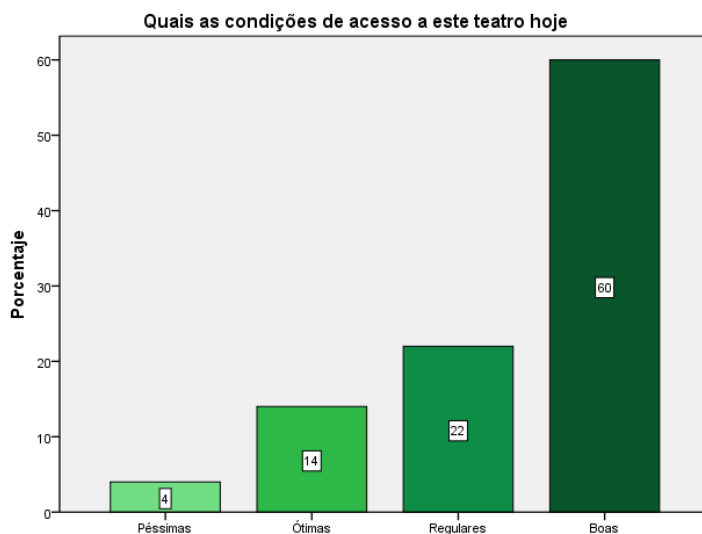


Gráfico 24 – Variável “condições de acesso ao teatro hoje” dos entrevistados

Outra perspectiva que se obtém com os dados coletados é a consideração de acesso físico aos teatros ser avaliado como bom (60%) apontando, assim, que não se pode balizar este como um dos motivos do afastamento do público em detrimento do contínuo aumento de companhias de teatro e profissionais formados, como se observa na cidade.

Uma consideração importante a ser feita é que estas condições de acesso apontadas na pesquisa, configuram-se como transporte público para o local, localização, divulgação, entre outros. Vale chamar a atenção para a afirmação que o transporte público é “bom”, o que pode ser corroborado com a informação que virá a seguir de que a maioria das pessoas entrevistadas utilizou-se do mesmo para chegar até os locais onde houveram as entrevistas.

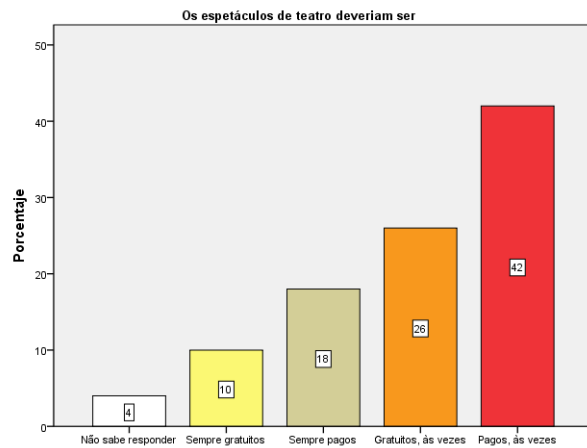


Gráfico 25 – Variável “espetáculos de teatro deveriam ser” dos entrevistados

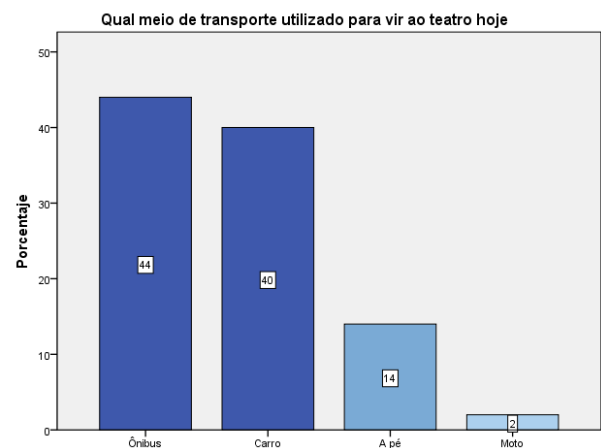


Gráfico 26 – Variável “qual meio de transporte usado para vir ao teatro hoje” dos entrevistados

Ainda dentro da perspectiva econômica que envolve o ato do consumo cultural em teatro é a opinião em 42% de que os espetáculos de teatro em Manaus deveriam ser pagos às vezes, apenas. Isso incita que a população estudada acredita na gratuidade como uma forma de levar a arte do teatro às mais diversas possibilidades dentro da cidade, considerando a questão de cobrança de ingresso como algo secundário e não o motivo de produção de obra, anulando assim, a ideia comercial do cenário de teatro local.

A corroboração com este dado está justamente em um anteriormente dado citado do SENADO FEDERAL (2012, p.15) em que na ocasião de analisar a escolaridade dos respondentes, 92% afirmou ser bom haver apresentações em espaços abertos (subentende-se que serão gratuitos). Esta realidade da gratuidade de espetáculos ou não levanta discussões em todo o país entre os principais atores sociais envolvidos. Da mesma forma em que se entende que deve-se investir em cultura, pois conforme o SENADO FEDERAL (2012, p. 5) 82% das pessoas acreditam que investir em Cultura pode contribuir muito para o desenvolvimento do país.

Outro ponto que provoca certa inquietação, a partir da observação dos dados acima, é a baixa distribuição e aproximação dos equipamentos culturais do estado das pessoas que o consomem. Fato comprovado com a incidência sobre o meio de transporte utilizado para ir ao teatro que obteve duas respostas expressivas, enquanto 44% das pessoas entrevistadas foram de ônibus, outras 40% foram de carro. Isso indica que estes teatros não estão localizados nas proximidades de suas residências, o que requer deslocamento por meios de transporte.

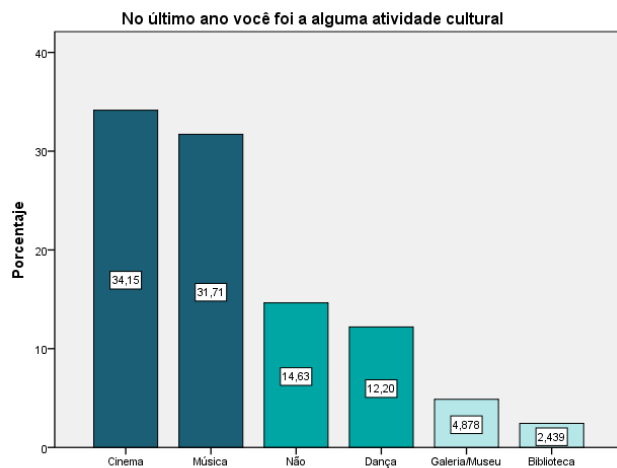


Gráfico 27 – Variável “você foi a alguma atividade cultural no último ano” dos entrevistados

As atividades de cinema (34%) e música (31%) aparecem como as mais frequentadas no ano anterior à pesquisa, pelos entrevistados, resguardando a posição do cinema como ainda um dos principais meios de fruição cultural a ser consumido pela população local. A mesma questão, quando realizada pelo SENADO FEDERAL (2012, p. 16) 8% foi ao cinema, pelo menos uma vez, enquanto esse número sobe para 14% quando questionados sobre concertos/shows de música.

Um dos principais motivos que podem singularizar o constante declínio na frequência de lugares como teatro e cinema, conforme observado nos dados anteriormente analisados, é a incidência da internet sobre a vida das pessoas. Da mesma forma que pode ser contributiva na diminuição das barreiras comunicacionais, oferece outra infinidade de atividades sem qualquer necessidade de deslocamento físico, por exemplo.

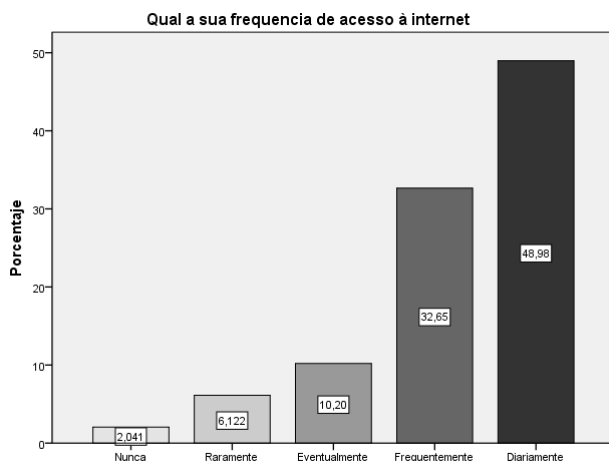


Gráfico 28 – Variável “frequência de acesso à internet” dos entrevistados

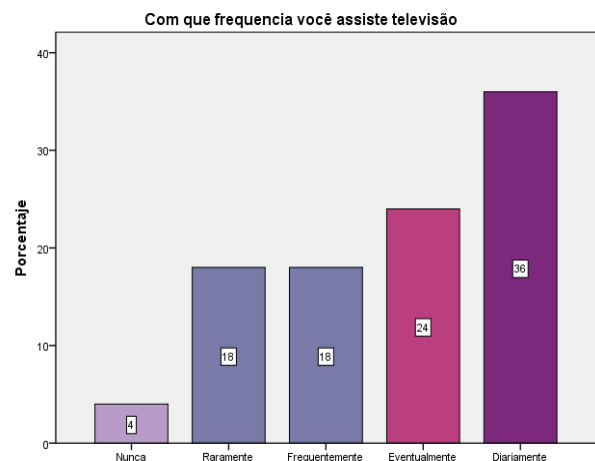


Gráfico 29 – Variável “com que frequência você assiste televisão” dos entrevistados

Por fim, as relações com os meios midiáticos internet e televisão, apontam que enquanto 48% das pessoas acessam a internet diariamente e, ainda, 32% apontam que o fazem com frequência, esse valor é reduzido para a televisão, em que apenas 36% a assistem diariamente. Essa perspectiva vem sendo observada por estudiosos e pesquisadores da área das comunicações que apontam a perda de público da televisão para internet que, por sua vez, vem englobando cada vez mais áreas artísticas ao seu polo de alcance.

Eis aqui, então, uma oportunidade de observação crítica dos efeitos da internet sobre os frequentadores de teatro na cidade de Manaus. Há que se considerar que os números são bastante expressivos em relação ao acesso à internet e à televisão, em detrimento do acesso ao teatro. Há correntes dentro dos estudos do teatro que questionam se essa arte deveria se “atualizar” no sentido de se tornar presente não apenas no edifício teatral, como secularmente acontece. Não é possível, no entanto, que se obtenha uma resposta a esse questionamento, por enquanto, mas a reflexão sobre o assunto, além de necessária se faz presente nesse momento.

As variáveis 28 e 29 (“quantos desses itens você possui? - tv em cores, rádio, banheiro, automóvel, empregada mensalista, máquina de lavar, videocassete ou dvd, geladeira e freezer” e “qual o grau de instrução do chefe de família?”) fazem referência ao Critério de Classificação Econômica Brasil – CCEB, para fins de conhecimento sobre as classes econômicas brasileiras, a partir do poder de compra das pessoas e famílias urbanas. Para esta pesquisa, os dados tabulados apontaram qual a maior incidência em cada uma das opções de resposta. Para obter a conclusão de qual classe econômica possui maior incidência entre a amostra desta pesquisa, será necessário observar os resultados a seguir.

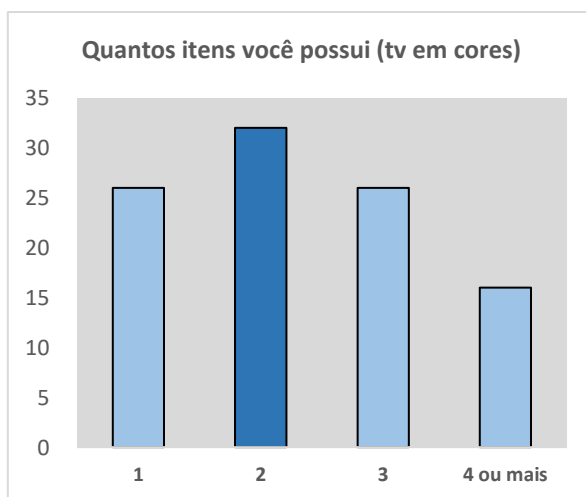


Gráfico 30 – Critério Brasil: “Quantas tv em cores você possui?”

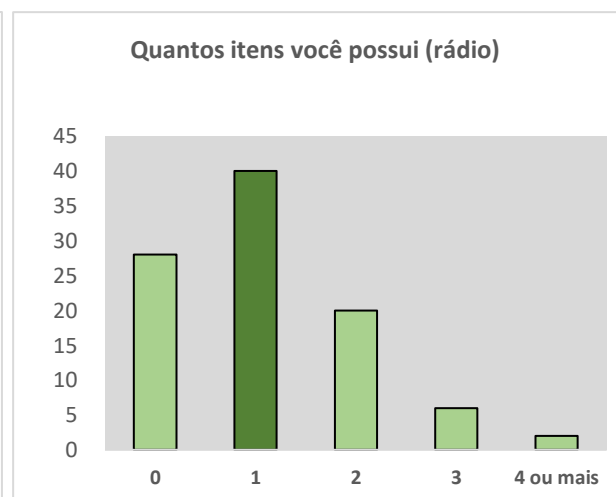


Gráfico 31 – Critério Brasil: “Quantos rádios você possui?”

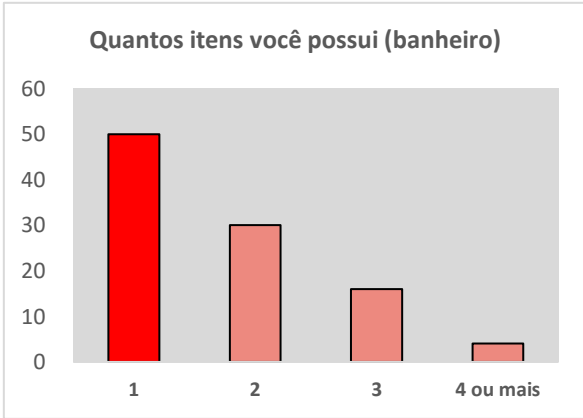


Gráfico 32 – Critério Brasil: “Quantos banheiros você possui?”

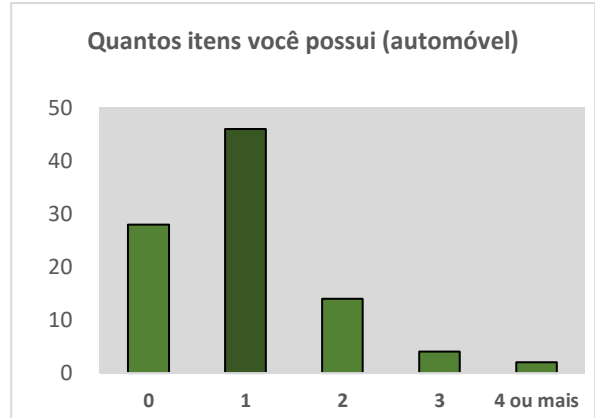


Gráfico 33 – Critério Brasil: “Quantos automóveis você possui?”

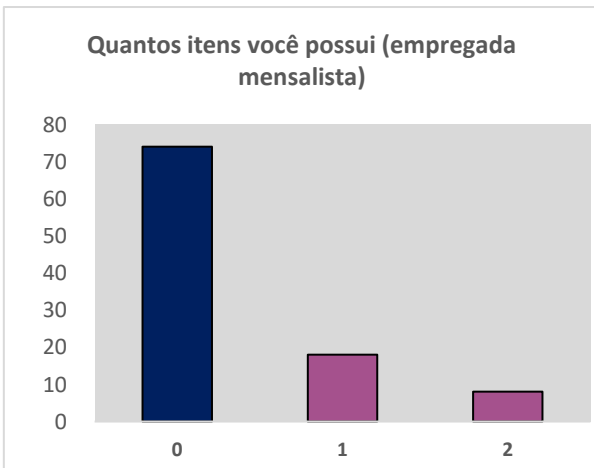


Gráfico 34 – Critério Brasil: “Quantas empregadas mensalistas você possui?”

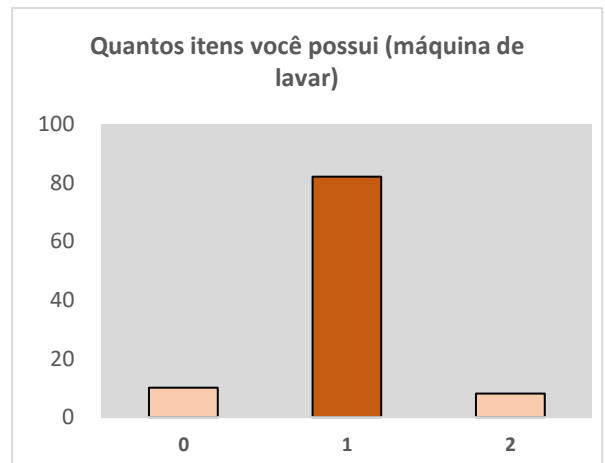


Gráfico 35 – Critério Brasil: “Quantas máquinas de lavar você possui?”

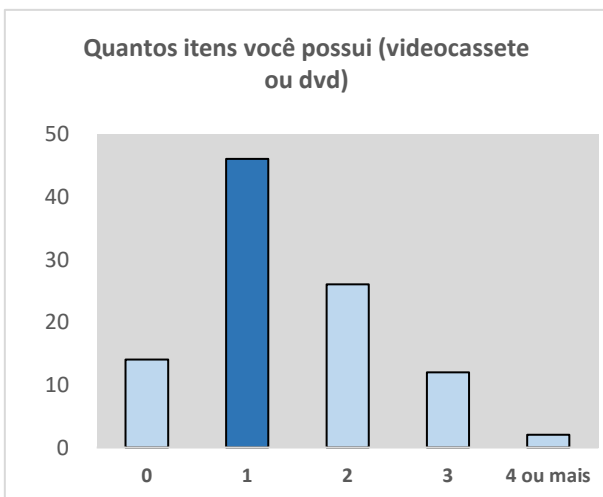


Gráfico 36 – Critério Brasil: “Quantos videocassetes ou dvd’s você possui?”

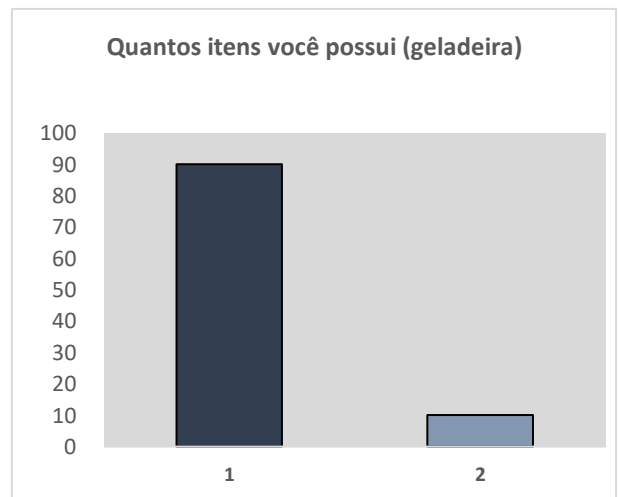


Gráfico 37 - Critério Brasil: “Quantas geladeiras você possui?”

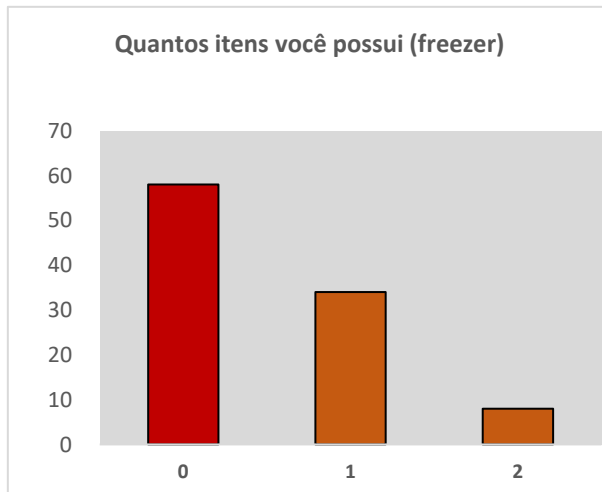


Gráfico 38 – CrITÉrio Brasil: “Quantos freezers vocÊ possui?”

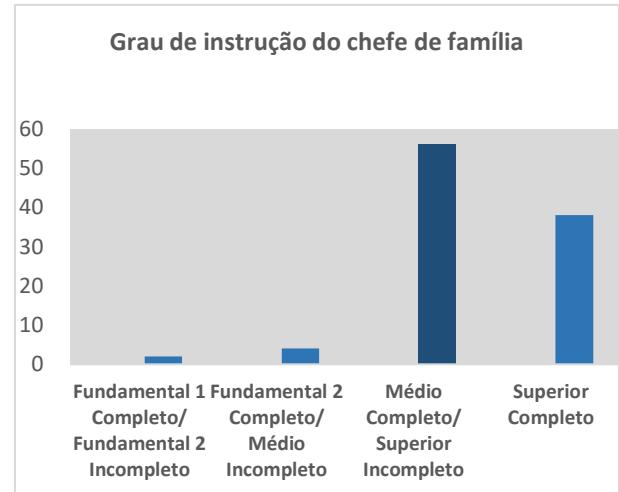


Gráfico 39 – CrITÉrio Brasil: “Grau de instruÇão do chefe de família”

Para efeitos de validação dos dados acima apresentados, em consonância com a perspectiva de se obter qual a classe econômica possui maior incidência entre os pesquisados, a partir do CCEB, segue abaixo a tabela de pontuação a ser utilizado como referência para cálculo a partir dos dados de maior destaque em cada variável pesquisada.

Tabela 2 – CrITÉrios de pontuação conforme o CCEB

SISTEMA DE PONTOS

Posse de itens

	Quantidade de Itens				
	0	1	2	3	4 ou +
Televisão em cores	0	1	2	3	4
Rádio	0	1	2	3	4
Banheiro	0	4	5	6	7
Automóvel	0	4	7	9	9
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Máquina de lavar	0	2	2	2	2
Videocassete e/ou DVD	0	2	2	2	2
Geladeira	0	4	4	4	4
Freezer (aparelho independente ou parte da geladeira duplex)	0	2	2	2	2

Grau de Instrução do chefe de família

Nomenclatura Antiga	Nomenclatura Atual	Pontos
Analfabeto/ Primário incompleto	Analfabeto/ Fundamental 1 Incompleto	0
Primário completo/ Ginásial incompleto	Fundamental 1 Completo / Fundamental 2 Incompleto	1
Ginásial completo/ Colegial incompleto	Fundamental 2 Completo/ MÉdio Incompleto	2
Colegial completo/ Superior incompleto	MÉdio Completo/ Superior Incompleto	4
Superior completo	Superior Completo	8

Sendo assim, temos a tabela de pontos do público pesquisado:

Tabela 3 – Tabulação dos dados de maior índice coletados para o CCEB

<i>Variável</i>	Maior incidência	Valor pontuado
<i>TV em cores</i>	2	2
<i>Rádio</i>	1	1
<i>Banheiro</i>	1	4
<i>Automóvel</i>	1	4
<i>Empregada mensalista</i>	0	0
<i>Máquina de lavar</i>	1	2
<i>Videocassete ou DVD</i>	1	2
<i>Geladeira</i>	1	4
<i>Freezer</i>	0	0
<i>Grau de instrução do chefe de família</i>	Médio incompleto/Superior incompleto	4
Total		23

Fonte: O autor

Para efeitos de classificação do valor final obtido, será necessário utilizar a tabela abaixo:

Tabela 4 – Cortes do CCEB para classificação econômica das famílias

<u>CORTES DO CRITÉRIO BRASIL</u>	
Classe	Pontos
A1	42 - 46
A2	35 - 41
B1	29 - 34
B2	23 - 28
C1	18 - 22
C2	14 - 17
D	8 - 13
E	0 - 7

Fonte: ABEP (2014)

Dessa forma, o público frequentador de teatro dos espaços públicos do estado em Manaus é eminentemente pertencente à classe econômica **B2**.

5.4 ANÁLISE DE CORRELAÇÃO: A BUSCA PELO PÚBLICO

A partir desse momento, a intenção não é a de esgotar as possibilidades de correlação entre as variáveis estudadas a partir do questionário aplicado. O objetivo é observar eventos principais e elencar quais condições de análise eles podem sugerir, uma vez que a intenção é a de dimensionar, dentro dos limites possíveis, a qualidade do perfil do público dos equipamentos culturais do estado na cidade de Manaus. Para isso serão observadas 10 possíveis correlações entre as variáveis dispostas.

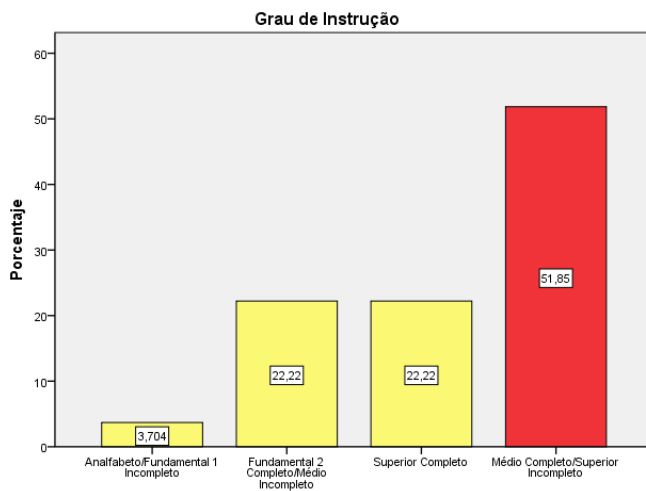


Gráfico 40 – Grau de instrução dos entrevistados do sexo masculino

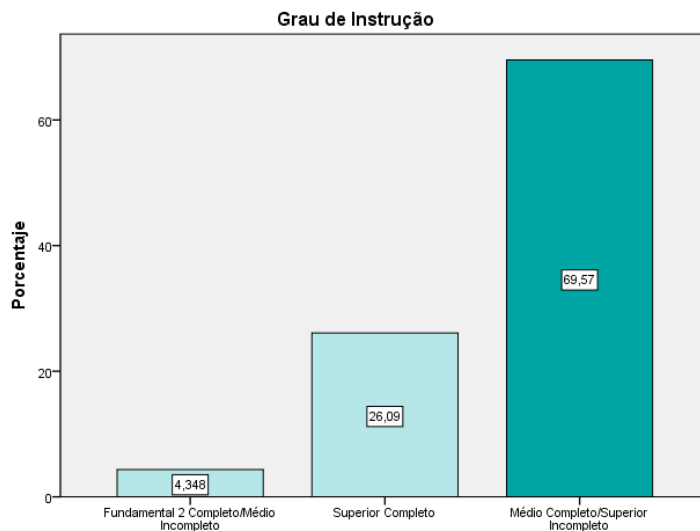


Gráfico 41 – Grau de instrução das entrevistadas do sexo feminino

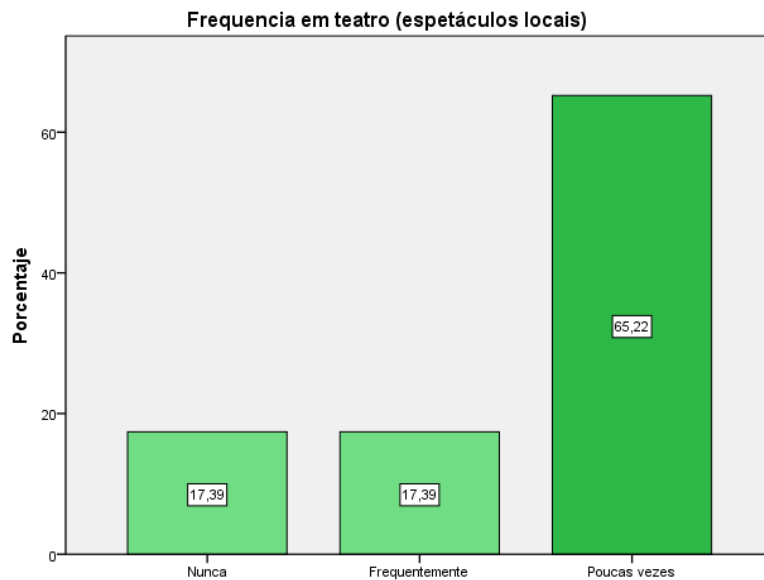


Gráfico 42 – Frequência em espetáculos locais dos entrevistados do sexo masculino

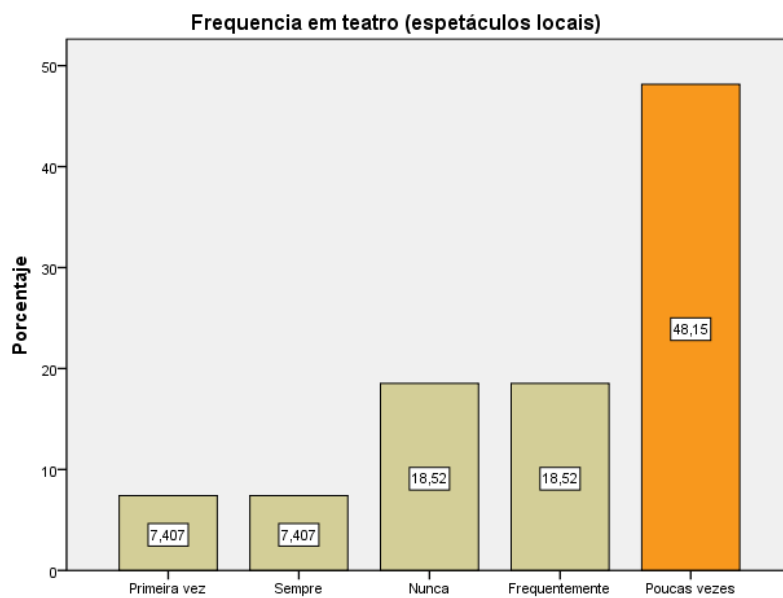


Gráfico 43 – Frequência em espetáculos locais das entrevistadas do sexo feminino

De maneira geral, a partir da observação dos dados acima, pode-se concluir que homens tem variação na formação maior, enquanto as mulheres chegam mais ao ensino superior. Outra possível conclusão é que mulheres frequentam menos o teatro que homens, uma vez que apenas três respostas foram elencadas para respondentes do sexo feminino, contra cinco possíveis respostas para os entrevistados do sexo masculino.

Tabela 5 - Grau de Instrução x Qual gênero de sua preferência

		Qual gênero de sua preferência										Total	
		Drama	Comédia	Romance	Infantil	Musical	Ópera	Stand-up	Tragédia	Fantoche	Outro		
Grau de Instrução	Analfabeto/Fundamenta l 1 Incompleto	Quant. % do total	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 2,0%	0 ,0%	4 2,0%
	Fundamental 2 Completo/Médio Incompleto	Quant. % do total	0 ,0%	24 12,0%	4 2,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	28 14,0%
	Médio Completo/Superior Incompleto	Quant. % do total	4 2,0%	40 20,0%	16 8,0%	8 4,0%	16 8,0%	4 2,0%	16 8,0%	4 2,0%	0 ,0%	12 6,0%	120 60,0%
	Superior Completo	Quant. % do total	24 12,0%	8 4,0%	0 ,0%	0 ,0%	8 4,0%	0 ,0%	4 2,0%	0 ,0%	4 2,0%	0 ,0%	48 24,0%
Total		Quant. % do total	28 14,0%	72 36,0%	20 10,0%	8 4,0%	24 12,0%	4 2,0%	20 10,0%	4 2,0%	8 4,0%	12 6,0%	200 100,0%

Fonte: O autor

A partir da perspectiva acima descrita é possível observar, por exemplo, que entre os gêneros de maior identificação com a população estudada, há uma correlação entre o consumo da comédia x drama, ao passo que quanto maior a titulação do indivíduo, menor seu interesse por determinados gêneros, tidos como “populares”. Isso se dá, talvez, pela tradição do gênero da comédia em tratar temas de rápido reconhecimento por parte da população de forma satirizada e que, supostamente, incita em menor grau uma predisposição à reflexão crítica de maneira aprofundada.

Tabela 6 - Idade x Qual gênero de sua preferência

		Qual gênero de sua preferência										Total	
		Drama	Comédia	Romance	Infantil	Musical	Ópera	Stand-up	Tragédia	Fantoche	Outro		
Idade	0 a 9 anos	Quant. % da Idade	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%	0 ,0%	4 100,0%
	10 a 19 anos	Quant. % da Idade	0 ,0%	36 75,0%	4 8,3%	0 ,0%	8 16,7%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	48 100,0%
	20 a 39 anos	Quant. % da Idade	24 18,8%	28 21,9%	12 9,4%	8 6,3%	16 12,5%	4 3,1%	20 15,6%	4 3,1%	0 ,0%	12 9,4%	128 100,0%
	40 a 59 anos	Quant. % da Idade	4 20,0%	8 40,0%	4 20,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 20,0%	0 ,0%	20 100,0%
	Total	Quant. % da Idade	28 14,0%	72 36,0%	20 10,0%	8 4,0%	24 12,0%	4 2,0%	20 10,0%	4 2,0%	8 4,0%	12 6,0%	200 100,0%

Fonte: O autor

Em contraposição ao observado anteriormente, nesta tabela vê-se que, independentemente da faixa etária estudada, o gênero cômico assume uma clara preferência de consumo, ganhando notoriedade na citação de 75% das pessoas entrevistadas com idade entre 10 e 19 anos.

Tabela 7 - O que o impede de frequentar mais o teatro x Quais as condições de acesso a este teatro hoje

			Quais as condições de acesso a este teatro hoje				Total
			Péssimas	Regulares	Boas	Ótimas	
O que o impede de frequentar mais o teatro	Falta de interesse	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	0 ,0%	8 25,0%	24 75,0%	0 ,0%	32 100,0%
	Divulgação	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	4 5,3%	24 31,6%	36 47,4%	12 15,8%	76 100,0%
	Valor do ingresso	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	0 ,0%	0 ,0%	20 71,4%	8 28,6%	28 100,0%
	Horários	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	0 ,0%	12 30,0%	28 70,0%	0 ,0%	40 100,0%
	Segurança	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	4 100,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%
	Outro	Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%	0 ,0%	4 100,0%
Total		Quant. % dentro de O que o impede de frequentar mais o teatro	8 4,3%	44 23,9%	112 60,9%	20 10,9%	184 100,0%

Fonte: O autor

Apesar de haver clara consideração positiva na avaliação das condições de acesso ao teatro como “boas”, há que se considerar que o mesmo grupo de pessoas que apontou que o que mais os impede de frequentar o teatro em Manaus é a questão da divulgação, também foi o que mais apontou o acesso como regular, considerando as questões como transporte público, localização, divulgação, valor de entrada, etc., isso suscita certo grau de senso crítico quanto a questões públicas e sociais da cidade.

Tabela 8 - Grau de instrução do chefe da família x Frequência em teatro (espetáculos locais)

			Frequência em teatro (espetáculos locais)					Total
			Nunca	Primeira vez	Poucas vezes	Frequentemente	Sempre	
Grau de instrução do chefe da família	Fundamental 1 Completo/ Fundamental 2 Incompleto	Quant. % dentro de Grau de instrução do chefe da família	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%
	Fundamental 2 Completo/ Médio Incompleto	Quant. % dentro de Grau de instrução do chefe da família	0 ,0%	4 50,0%	0 ,0%	4 50,0%	0 ,0%	8 100,0%
	Médio Completo/ Superior Incompleto	Quant. % dentro de Grau de instrução do chefe da família	28 25,0%	4 3,6%	72 64,3%	8 7,1%	0 ,0%	112 100,0%
	Superior Completo	Quant. % dentro de Grau de instrução do chefe da família	8 10,5%	0 ,0%	36 47,4%	24 31,6%	8 10,5%	76 100,0%
Total	Quant. % dentro de Grau de instrução do chefe da família	36 18,0%	8 4,0%	112 56,0%	36 18,0%	8 4,0%	200 100,0%	

Fonte: O autor

A consideração que se pode fazer aqui faz relação com o conceito de capital cultural de Bourdieu, já pontuado em momentos anteriores deste trabalho. Observa-se que em famílias cujo chefe possui ensino superior completo é onde há um pequeno equilíbrio entre as opções de consumo “poucas vezes” e “frequentemente”. A aquisição de conhecimento e a prática de culto às artes há tempos é discutida que se constrói, também, dentro de casa com referências pessoais e familiares. Uma família em que o seu chefe não possui elementos de identificação suficientes para transferência aos seus demais familiares, tende a consumir menos daquilo que nem teve oportunidade de conhecer. Em todo caso há exceções, mas sobre os dados aqui observados é imprescindível a reflexão sobre o tema da formação do indivíduo que é, por natureza, colaborador das gerações futuras de consumo às artes.

Tabela 9 - Qual meio de transporte utilizado para vir ao teatro hoje x Qual maior valor investido em um produto cultural

			Qual maior valor investido em um produto cultural				Total
			Até R\$ 10,00	R\$ 10,01 a R\$ 25,00	R\$ 25,01 a R\$ 50,00	R\$ 50,01 ou mais	
Qual meio de transporte utilizado para vir ao teatro hoje	A pé	Quant.	8	0	8	8	24
		% dentro de Qual meio de transporte utilizado	33,3%	,0%	33,3%	33,3%	100,0%
	Ônibus	Quant.	4	8	20	56	88
		% dentro de Qual meio de transporte utilizado	4,5%	9,1%	22,7%	63,6%	100,0%
	Carro	Quant.	0	8	20	52	80
		% dentro de Qual meio de transporte utilizado	,0%	10,0%	25,0%	65,0%	100,0%
	Moto	Quant.	0	0	4	0	4
		% dentro de Qual meio de transporte utilizado	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
Total		Quant.	12	16	52	116	196
		% dentro de Qual meio de transporte utilizado	6,1%	8,2%	26,5%	59,2%	100,0%

Fonte: O autor

Os produtos culturais hoje fazem parte da vida de qualquer cidadão. Eles não configuram mais signos de poder aquisitivo elevado, são considerados produtos de consumo básico, como cd's e dvd's, por exemplo. Isso pode ser ilustrado, observando a tabela acima, onde é possível perceber que, independente do poder aquisitivo para um automóvel próprio ou não, a maioria dos entrevistados investe o valor mínimo de R\$ 50,00 em algum produto cultural. Segue essa mesma linha de pensamento, o MinC ao propor o Vale-Cultura com o mesmo valor mínimo.

Tabela 10 - Qual a sua frequência de acesso à internet x O que o impede de frequentar mais o teatro

			O que o impede de frequentar mais (para respostas 1, 2, 3, anteriormente)						Total
			Falta de interesse	Divulgação	Valor do ingresso	Horários	Segurança	Outro	
Qual a sua frequência de acesso à internet	Nunca	Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	0 ,0%	4 100,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 100,0%
	Raramente	Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	4 33,3%	0 ,0%	0 ,0%	4 33,3%	4 33,3%	0 ,0%	12 100,0%
	Eventualmente	Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	0 ,0%	16 80,0%	0 ,0%	4 20,0%	0 ,0%	0 ,0%	20 100,0%
	Frequentemente	Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	8 14,3%	20 35,7%	8 14,3%	20 35,7%	0 ,0%	0 ,0%	56 100,0%
	Diariamente	Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	20 22,7%	32 36,4%	20 22,7%	12 13,6%	0 ,0%	4 4,5%	88 100,0%
Total		Quant. % dentro de Qual a sua frequência de acesso à internet	32 17,8%	72 40,0%	28 15,6%	40 22,2%	4 2,2%	4 2,2%	180 100,0%

Fonte: O autor

É interessante observar que mesmo com as dimensões que a internet ganhou hoje, ainda há um número expressivo de pessoas que não a tornam objeto de consumo diário. E sobre as que o fazem, o item “divulgação” como elemento comprometedor de um maior acesso ao teatro aparece com certa força. A grande questão pública surgida até aqui seria considerar onde estão as pessoas que se interessam pelo teatro e como atraí-las em seus espaços de interação social o que, conforme aponta a pesquisa, vai além do comodismo que se observa na prática com as “campanhas de divulgação” apenas e unicamente em mídias sociais. Vale uma observação crítica e mais apurada de consideração do público como alguém que merece atenção urgente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa alcançou um tema que tem repercutido de maneira singular nos últimos anos: a problematização que envolve o consumo cultural. A partir da necessidade em se investigar de que forma este se dá, especificamente no campo do teatro, em espaços públicos da cidade de Manaus, apontou também para que principais práticas podem ser observadas hoje, de forma a contribuir com a análise crítica sobre a atual conjuntura desse importante processo de amadurecimento das políticas culturais brasileiras. A pesquisa aponta para um questionamento sobre indicadores que levam à fragilidade encontrada na comercialização e consumo das atividades teatrais produzidas na cidade de Manaus, além de ter feito uma investigação de maneira a evidenciar e substanciar os dados para análise.

A partir dos dados coletados, tabulados e analisados nesta investigação é possível relacionar a questão da observação crítica do público a respeito dos processos culturais na cidade, confrontando o observado em Manaus com outras regiões do país, a partir de uma importante pesquisa realizada (e anteriormente citada), do SENADO FEDERAL (2012).

Ao observar a pesquisa do SENADO FEDERAL (2012, p.6-7), analisa-se que a região norte apresenta alguns destaques quanto à consideração da Cultura pela perspectiva da população, quando 62% afirmam que a área da cultura gera pouco emprego no Brasil. No sentido de corroborar com esse dado, em outro momento da pesquisa, vê-se que 69% dos nortistas creem que o incentivo maior do governo federal poderia contribuir com o aumento de empregos nessa área na região.

O mercado cultural na cidade de Manaus é carente de pleno desenvolvimento. Como já pôde ser observado anteriormente, isso se dá a partir de duas principais esferas: a questão histórica (o retrocesso a partir do fim da era da borracha) e a morosidade do envolvimento das políticas culturais locais com a emergência da cultura, como fator de desenvolvimento das cidades. Sendo assim, esses números apontados na pesquisa do DataSenado, afirmam que a população também desconhece a existência do processo produtivo artístico teatral como profissional e capaz de gerar emprego e renda, como é possível ver em outros grandes centros brasileiros.

Ao continuar a observação da pesquisa com a realidade constatada na pesquisa, observa-se que 94% das pessoas que habitam na região norte, de acordo com o SENADO FEDERAL (2012, p.15), afirmaram que realizar eventos culturais em praças, escolas e espaços públicos é muito importante, enquanto 46% dos respondentes da pesquisa aqui apresentada afirmam que Manaus não necessita de mais atividades artísticas. Correlacionando as informações, vê-se que um número inferior à metade auferida nas entrevistas reconhece Manaus como uma cidade que apresenta diversidade e quantidade nas suas ofertas culturais artísticas, uma vez que 38% apontaram a necessidade de maiores opções, incluindo o teatro.

Como já citado anteriormente, o SENADO FEDERAL (2012, p.16) traz a informação que 68% das pessoas apontadas que vivem na região norte não foi ao cinema nos últimos 6 meses, enquanto que na pesquisa realizada para esta dissertação o número cai para 14,63%, considerando a capital amazonense e a abordagem ter se estendido ao ano anterior à pesquisa. Mesmo sendo o cinema uma das possibilidades de consumo artístico que mais se insere na mercadologia, graças à sua presença marcante nos *shoppings centers* brasileiros, isso revela que a concentração de equipamentos culturais nas capitais nortistas é um outro fator de relevância para observar de que forma se dá a política de democratização e acesso cultural na região norte do país. A importância se dá por que sabe-se que os habitantes de Manaus não são essencialmente nascidos na cidade, muitas vezes configuram-se como pessoas que tiveram suas famílias migradas dos interiores do estado e até mesmo de estados vizinhos em busca de outras oportunidades de subsistência familiar.

Contextualizando ao teatro, propriamente dito, a pesquisa do SENADO FEDERAL (2012, p.17) afirma que 75% das pessoas que habitam na região norte não foram ao teatro nos últimos 6 meses, enquanto que nesta pesquisa o dado se revela afirmando que a maioria vê teatro local (56%) e nacional/internacional (44%) raramente. A não frequência dos públicos possíveis aos locais onde a arte do teatro se desenvolve – além de uma inevitável consequência de observação desta investigação – sugere que, mesmo nas capitais, onde o equipamento cultural aparenta ser melhor desenvolvido para atender às demandas sociais, esse conceito de democratização cultural ainda se dá de maneira acanhada.

Quando questionadas sobre o(s) porquê(s) da ausência nos teatros, tanto a pesquisa do SENADO FEDERAL (2012, p.24), quanto à pesquisa em Manaus para esta dissertação apresentam dados que merecem análise, pois enquanto 40% dos nortistas afirmaram não terem ido ao teatro nos últimos 6 meses, 41% dos respondentes desta pesquisa disseram que o motivo

que mais os impedem de ir ao teatro é a ausência da divulgação da programação cultural. Estes dados relacionados apontam, mais uma vez, para a consideração que os equipamentos culturais estão centralizados nas capitais – quando se analisa a região norte brasileira – e que mesmo os que assumem a função de receber as atividades artísticas culturais na cidade, sofrem pelo esvaziamento de suas plateias pela despreziosa ação de atrair públicos às manifestações abarcadas por tais equipamentos.

Os esforços que circundaram o processo de pesquisa foram alimentados na ideia de contribuir com a cidade de Manaus que, apesar de ter vivido momentos áureos na sua história cultural, hoje encontra-se sob o julgo de políticas culturais distanciadas do contexto ideal de ter a sua construção e finalidade para e pelo povo.

O teatro na cidade vem sofrendo grandes perdas no que tange a relação artista x público e perde-se em tentativas minoritárias de subverter a realidade em tela. Com isso a intenção da pesquisa em nenhum momento foi a de esvaziar esforços e condições de reversão da atual situação, até porque isso se daria como algo impossível de ser concretizado em sua totalidade. O objetivo de mapear o perfil e as tendências de consumo cultural em teatro nos espaços públicos, coordenados pela Secretaria de Estado da Cultura do Amazonas, em Manaus é uma singela contribuição à realidade política atualmente instalada.

O perfil que pode ser traçado a partir das pesquisas aponta indicativos suficientes para a sugestão de políticas culturais mais engajadas e comprometidas com o que se acredita ser o papel do Estado como gestor dessa situação. A observância de teatros na cidade que não atendem às demandas locais das regiões (zonas) da cidade é um exemplo, a questão da divulgação fortemente apontada como um dos elementos que impossibilita maior aproximação do público à manifestação cultural, o estabelecimento da gratuidade no acesso aos espetáculos, como é observado atualmente, também é um ponto forte de discussão porque suscita muitas leituras que vão desde oportunizar as condições de sustentabilidade às trupes, como também acessibilizar à população que pouco dispõe de recursos financeiros para compra de ingressos de quaisquer ordem, não sendo este um “privilégio” do teatro.

Um emergencial item a ser discutido não apenas aqui, mas principalmente em oportunidades diversas de articulação com outros setores vinculados, inclusive, é o fato de que a ideia de público, como o preenchimento do espaço da plateia, não é vista nos teatros de hoje em Manaus. Essa afirmação de forma alguma pretende anular os esforços realizados até aqui, mas justamente por considera-los de forma pertinente com a realidade crítica do mercado

cultural em que a cidade de Manaus se encontra, é que é possível observar que existe, de forma geral, o interesse, a curiosidade, a vontade, o querer e até a disponibilidade por parte da população. No entanto, o que se observa na prática é que o teatro não está onde o povo está. Há uma eminente necessidade de democratização do acesso cultural e do fazer igualmente oportunizado à população manauara. Faltam equipamentos culturais descentralizados, divulgação da programação artística e até mesmo a própria existência de uma ação continuada de apresentações e temporadas.

Durante o período de análise da praça da pesquisa, não foi detectada nenhuma temporada mínima de um mês em qualquer um dos quatro teatros assistidos. Isso denota que o governo do estado tem administrado seus espaços teatrais e seu mercado local de forma rasa e supérflua, desconsiderando as potencialidades e o real motivo de existência da arte na sociedade, sobretudo a que se realiza dentro de espaços administrados pela gestão pública.

A questão do consumo às artes é por si só abrangente e multilateral. Em Manaus a realidade não aponta para lugares diferentes. O Governo perdeu seu poder de unir “quem faz” ao “para quem faz” e esta realidade precisa e merece ser urgentemente revertida. Não há uma solução única, como a união democrática e civil dos artistas ou o aumento de recursos para a cultura. O que se observa, sim, é a necessidade de se realizar uma intervenção em conjunto com diversos setores da gestão pública de recursos e de espaços e, a partir do planejamento estratégico voltado ao verdadeiro investimento no consumo e apreciação às artes do teatro na cidade, possa se obter a possibilidade real de reversão do atual quadro. Apesar de tudo, há uma plateia interessada e, pode-se dizer, fiel. Ela é insuficiente à oferta que a cidade possui, mas sua existência já aponta que há uma nova realidade que pode surgir.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, André Vidal de. **Sociologia de Manaus**: aspectos de sua aculturação. Manaus: Fundação Cultural do Amazonas, 1974.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISAS – ABEP. **Critério de Classificação Econômica Brasil 2014**. Disponível em: <<http://www.abep.org/new/codigosConduatas.aspx>>. Acessado em: 02/mar/2014.
- AVELAR, Romulo. **O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural**. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.
- AZANCOTH, Ediney; COSTA, Selda Vale da. **Grupos teatrais em Manaus (1969-2000)**. Manaus: Editora Valer, 2014.
- BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Tradução: Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- BARBALHO, Alexandre; RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.
- _____. **Por um conceito de política cultural**. In: RUBIM, Linda (org.). *Organização e produção da cultura*. Salvador: EDUFBA, 2004.
- BERNARDO, Joana Margarida Pinheiro da Cruz. **Os não-públicos da cultura**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BUENO, Francisco da Silveira. **Dicionário escolar da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: FAE, 1986.
- CALABRE, Lia et al. (Org.) **Cultura e Desenvolvimento**: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011.
- _____. **Políticas culturais no Brasil**: balanço e perspectivas. In: RUBIM, Antonio Albino; BARBALHO, Alexandre. Salvador: EDUFBA, 2007.
- _____. (Org.). **Políticas culturais**: reflexões sobre gestão, processos participativos e desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores y Ciudadanos**: conflitos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo, 1995.
- _____. **Diferentes, desiguais, desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

_____. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

COOPERAÇÃO TÉCNICA. **Ministério da Cultura**. Brasília, 16 dez. 2004. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2004/12/16/cooperacao-tecnica/>>. Acesso em: 23 out. 2012.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

CUNHA, Eneida Leal. **A emergência da cultura e da crítica cultural**. Cadernos de Estudos Culturais, v. 1, p. 73-82, 2009.

DURÃO, Fabio Akcelrud; VAZ, Alexandre Fernandez; ZUIN, Antônio (org.) **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Bomtempo, 2008.

EAGLETON, Terry. **A idéia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

FLEURY, Laurent. **Sociologia da cultura e das práticas culturais**. São Paulo: SENAC, 2008.

GOMES, Itania Maria Mota; JUNIOR, Jeder Janotti (org.) **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HELENA, Maria. **Democratização cultural: um desafio a ser enfrentado**. São Paulo, jul. 2012. Disponível em: <<http://www.blogacesso.com.br/?p=63>>. Acesso em: 15 dez. 2012.

JORDÃO, Gisele; ALLUCCI, Renata R. **Panorama Setorial da Cultura Brasileira: 2011/2012**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2012.

KUPER, Adam. **Cultura: a visão dos antropólogos**. Bauru: EDUSC, 2002.

LEITÃO, Cláudia. **Gestão cultural**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

LUBISCO, Nídia M; VIEIRA, Sônia Chagas; SANTANA, Isnaia Veiga. **Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses**. Salvador: Edufba, 2008.

MATOSO, Rui. **Públicos da cultura, o lugar do estranho**. 2007.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **As metas do Plano Nacional da Cultura**. Brasília, 2012.

MONTEIRO, Mário Ypiranga. **Teatro Amazonas**. Manaus, Editora Valer, 2003.

MONTEIRO, Paulo Filipe. **Públicos das artes ou artes públicas?** Lisboa, Portugal, 1993.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org.). **Teoria e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

PÁSCOA, Márcio. **Ópera em Manaus**. Manaus: Editora Valer, 2009.

RAMOS, Luciene Borges. **Centros de cultura, espaços de informação**: um estudo sobre a ação do Galpão Cine Horto. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Thomson, 2006.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodología de la investigación**. [S.I.]: McGraw-Hill / Interamericana, 2006.

SENADO FEDERAL. **Cultura no Brasil**: pesquisa de opinião pública. Brasília, 2012.

SETTON, Maria da Graça Jacintto. **Indústria cultural: Bourdieu e a teoria clássica**. *Comunicação & Educação*, São Paulo, 22, 26-36, dezembro de 2001.

SILVA, Edna Lúcia Da. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Economia e Política Cultural**: acesso, emprego e financiamento. Brasília: Ministério da Cultura, 2007.

YÚDICE, George. **A conveniência da Cultura**: usos da Cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

APÊNDICE A – Questionário aplicado em entrevistas presenciais.

DATA: / / 201

Identificação

- 1) **Sexo** 1) Masculino 2) Feminino
- 2) **Idade** 1) 0 a 9 anos 2) 10 a 19 anos 3) 20 a 39 anos d) 40 a 59 anos 5) 60 anos ou mais
- 3) **Estado Civil** 1) Solteiro(a) 2) Casado(a) 3) Divorciado(a), Desquitado(a), Separado(a) judicialmente 4) Viúvo(a)
- 4) **Raça (autodeclarada)** 1) Branca 2) Preta 3) Parda 4) Outra
- 5) **Orientação Sexual** 1) Heterossexual 2) Homossexual 3) Bissexual 4) Não declarou 5) Outra
- 6) **Religião** 1) Católica 2) Evangélica 3) Espírita 4) Não possui 5) Outra
- 7) **Grau de Instrução** 1) Analfabeto/Fundamental 1 Incompleto 2) Fundamental 1 Completo/Fundamental 2 Incompleto 3) Fundamental 2 Completo/Médio Incompleto 4) Médio Completo/Superior Incompleto 5) Superior Completo
- 8) **Região da cidade em que habita** 1) Norte 2) Sul 3) Leste 4) Oeste 5) Centro-Oeste 6) Centro-Sul 7) Rural
- 9) **Ocupação (pode ser marcada mais de uma opção)** 1) Profissional 2) Estudante 3) Não possui
- 10) **Se for estudante, qual a natureza da instituição:** 1) Privada 2) Pública

Perfil Social

- 11) **O que gosta de fazer nas horas vagas? (Até 3 opções)**
Prioridade 1: 1) TV 2) Filme em casa 3) Ouvir música 4) Livros 5) Revistas/Jornais 6) Internet 7) Shows Musicais 8) Cinema 9) Exposições 10) Teatro 11) Dançar 12) Praia 13) Bares/Restaurantes 14) Esportes 15) Shopping 16) Videogame 17) Brincar 18) Outro
Prioridade 2: 1) TV 2) Filme em casa 3) Ouvir música 4) Livros 5) Revistas/Jornais 6) Internet 7) Shows Musicais 8) Cinema 9) Exposições 10) Teatro 11) Dançar 12) Praia 13) Bares/Restaurantes 14) Esportes 15) Shopping 16) Videogame 17) Brincar 18) Outro
Prioridade 3: 1) TV 2) Filme em casa 3) Ouvir música 4) Livros 5) Revistas/Jornais 6) Internet 7) Shows Musicais 8) Cinema 9) Exposições 10) Teatro 11) Dançar 12) Praia 13) Bares/Restaurantes 14) Esportes 15) Shopping 16) Videogame 17) Brincar 18) Outro
- 12) **Numa escala de 0 a 10, qual seu interesse em teatro?** 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 6) 5 7) 6 8) 7 9) 8 10) 9 11)10
- 13) **Você conhece alguma companhia de teatro da cidade?**
 1) Não 2) Metamorfose 3) Baião de Dois 4) TESC 5) Cacos 6) Vitória-Régia 7) Apareceu a Margarida 8) Arte e Fato 9) Pombal 10) Outra: _____
- 14) **Frequência em teatro (Espetáculos Locais)** 1) Nunca 2) Primeira vez 3) Poucas vezes 4) Frequentemente 5) Sempre
- 15) **Frequência em teatro (Espetáculos Nacionais e/ou Internacionais)** 1) Nunca 2) Primeira vez 3) Poucas vezes 4) Frequentemente 5) Sempre
- 16) *(Para respostas 1, 2, 3)* **O que o(a) impede de frequentar mais o teatro?** 1) Falta de interesse 2) Divulgação 3) Valor do ingresso 4) Horários 5) Localização 6) Dificuldades de transporte 7) Segurança 8) Outro

- 17) Há carência de mais atividades artísticas na cidade de Manaus?** 1) Não 2) Dança 3) Shows 4) Circo 5) Saraus 6) Cinema 7) Exposição 8) Teatro 9) Outro
- 18) Você costuma praticar ou já praticou alguma atividade artística anteriormente?** 1) Não 2) Teatro 3) Dança 4) Pintura 5) Circo 6) Música 7) Cinema 8) Outra
- 19) Como ficou sabendo do espetáculo de hoje?** 1) Jornal 2) Amigo 3) TV 4) Mídias Sociais 5) Internet 6) Rádio 7) Outdoor 8) Panfleto 9) Outro
- 20) Qual o gênero de sua preferência?** 1) Drama 2) Comédia 3) Romance 4) Infantil 5) Musical 6) Ópera 7) *Stand-up* 8) Tragédia 9) Fantoche 10) Outro

Perfil Econômico

- 21) Qual o maior valor investido por você em algum produto cultural? (ingresso de show/ livro/ cinema/ peças...)** 1) Até R\$10,00 2) R\$10,01 a R\$25,00 3) R\$25,01 a R\$50,00 4) R\$50,01 ou mais
- 22) Qual as condições de acesso a este teatro hoje? (transporte público, localização, divulgação, valor entrada...)** 1) Péssimas 2) Regulares 3) Boas 4) Ótimas
- 23) Na sua opinião, os espetáculos de teatro deveriam ser:** 1) Pagos, às vezes 2) Sempre pagos 3) Gratuitos, às vezes 4) Sempre gratuitos 5) Não sabe responder
- 24) Qual meio de transporte utilizou para vir ao teatro hoje?** 1) A pé 2) Ônibus 3) Carro 4) Moto 5) Outro
- 25) No último ano você foi a alguma atividade cultural?** 1) Não 2) Dança 3) Música 4) Galeria/Museu 5) Biblioteca 6) Cinema
- 26) Qual a frequência de acesso à internet?** 1) Nunca 2) Raramente 3) Eventualmente 4) Frequentemente 5) Diariamente
- 27) Com que frequência que você assiste televisão?** 1) Nunca 2) Raramente 3) Eventualmente 4) Frequentemente 5) Diariamente
- 28) Quantos desses itens você possui?**
 TV em cores: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Rádio: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Banheiro: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Automóvel: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Empregada mensalista: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Máquina de lavar: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Videocassete ou DVD: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Geladeira: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
 Freezer: 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ou mais
- 29) Qual o grau de instrução do chefe de família?** 1) Analfabeto/Fundamental 1 Incompleto 2) Fundamental 1 Completo/Fundamental 2 Incompleto 3) Fundamental 2 Completo/Médio Incompleto 4) Médio Completo/Superior Incompleto 5) Superior Completo

Nome do Entrevistado:

Teatro/Espaço de Apresentação: _____

Horário: _____

Espectáculo: _____

Gênero: _____