



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

VIRNA SOARES BRAGA

**PERCEPÇÃO E PRÁTICA CULTURAL ENTRE TRABALHADORES
DO POLO INDUSTRIAL DE CAMAÇARI**

Salvador
2011

VIRNA SOARES BRAGA

**PERCEPÇÃO E PRÁTICA CULTURAL ENTRE TRABALHADORES
DO POLO INDUSTRIAL DE CAMAÇARI**

Monografia apresentada ao Curso de graduação em Comunicação Produção e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Roberto Severino

Salvador
2011

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me agraciou com vida, saúde, discernimento, sem estes nada seguiria em frente.

Aos meus familiares, em especial Elza, minha mãe, paciente com minhas ausências para dar conta deste trabalho e sempre confiante no resultado final; Cael, filho amado, que no auge de sua fase questionadora, me fez parar e sorrir nos momentos mais tensos; e ao meu irmão André, pelo apoio tecnológico com sistemas operacionais, programas, configurações.

A José Roberto Severino, meu orientador, pela paciência e principalmente pela confiança depositada.

A todos aqueles que entrevistei, sou imensamente grata pela boa vontade em conceder-me minutos preciosos de entrevista. E aos que eu não entrevistei também, todo o conjunto é importante, formamos um time.

A todos aqueles com quem compartilhei minhas dúvidas e angústias, e que muito me agradeceram com palavras motivadoras, em especial Luciana, comadre-irmã do coração e Nara e Mayla, que na qualidade de colegas revelaram-se grandes amigas.

Muito obrigada!

É preciso que eu suporte duas ou três lagartas
se quiser conhecer as borboletas.

Antoine de Saint-Exupéry

RESUMO

Este trabalho é fruto de pesquisa realizada com trabalhadores de turno de uma unidade fabril pertencente à importante empresa no ramo químico e petroquímico instalada no Polo Industrial de Camaçari, Bahia. A proposta é realizar um estudo sobre o consumo cultural desses trabalhadores e traçar qual a percepção que eles tem a cerca da cultura, considerando as relações mantidas com os equipamentos culturais da cidade onde residem, como percebem as iniciativas voltadas para a área cultural que partem da empresa e se esta de alguma forma os incentiva a alguma prática.

Palavras chave: trabalhadores; consumo cultural; cultura; equipamentos culturais; Polo Industrial de Camaçari

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1. NOÇÕES GERAIS.....	11
1.1 Políticas Culturais.....	11
1.2 Conceito de Cultura.....	13
1.3 Equipamentos culturais	14
1.4 Pesquisa de público.....	15
1.5 Consumo cultural e lazer.....	16
2. O CONTEXTO DA PESQUISA.....	19
2.1 O Polo Industrial de Camaçari.....	19
2.2 A empresa.....	19
2.3 O trabalho de turno.....	20
3. DESCRIÇÃO DA PESQUISA	22
3.1 Metodologia e elaboração do questionário.....	22
3.2 Aplicação do Instrumento.....	23
3.3 Tabulação dos dados.....	24
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	25
5. Considerações finais.....	38
6. Referências.....	41
7. Apêndices.....	43

INTRODUÇÃO

A CENTRALIDADE DA CULTURA: A cultura como direito

Stuart Hall nos apresenta a problemática da cultura como central nos desafios acadêmicos contemporâneos. Neste sentido, sua análise sugere que ocorreu uma transformação nas dimensões da cultura, contribuindo para um alargamento do conceito. Intensificam-se assim as discussões em torno do conceito de cultura, que se mostrando intimamente ligada aos processos que movimentam o mundo, ocupa um lugar de relevância na vida social contemporânea. Como tema de estudos, mas também como prática social e como direito, em sociedades democráticas ela é cada vez mais pensada a fim de garantir as inúmeras performances culturais em sociedade.

[...] uma revolução conceitual de peso está ocorrendo nas ciências humanas e sociais. Isso vai muito além da aprendizagem que nos leva a pôr as questões culturais numa posição mais central, ao lado dos processos econômicos, das instituições sociais e da produção de bens, da riqueza e de serviços — por mais importante que seja esta mudança. Refere-se a uma abordagem da análise social contemporânea que passou a ver a cultura como uma condição constitutiva da vida social, ao invés de uma variável dependente, provocando, assim, nos últimos anos, uma mudança de paradigma nas ciências sociais e nas humanidades que passou a ser conhecida como a “virada cultural” (HALL, 1997, p. 9).

Neste sentido, falar de cultura abarca além da dimensão simbólica, já consolidada no mercado de bens simbólicos, também suas dimensões econômica e do direito a cultura. De acordo com o professor e pesquisador em políticas culturais Albino Rubim¹ “cultura hoje precisa ser vista enquanto bem simbólico, isso é importantíssimo e fundamental para o desenvolvimento humano. De outro lado, essa ideia de que a cultura é um direito do cidadão é fundamental. Não existe cidadania plena se não houver uma cidadania cultural”.

Neste contexto faz-se importante compreender as influências da ação pública, das políticas públicas e do Estado, em seus diferentes papéis, como contribuidores, a partir das organizações da cultura, na construção desta consciência de cidadania. A sociedade é então convidada a participar ativamente na resolução de problemas no espaço da cultura. De acordo com Calabre,

um processo contínuo de democratização cultural deve estar baseado em uma visão

¹ Albino Rubim, professor da UFBA, é pesquisador em políticas culturais, tendo publicado diversos trabalhos sobre a questão da cultura como fruto de processos democratizantes. É o atual secretário de cultura do Estado da Bahia. Entrevista concedida ao Portal Revista Caramurê em 30 de abril de 2011. Disponível em <<http://www.caramure.com.br/entrevistas/albino-rubim/>>

de cultura como força social de interesse coletivo, que não pode ficar dependente das disposições do mercado. Numa democracia participativa a cultura deve ser encarada como expressão de cidadania, um dos objetivos de governo deve ser, então, o da promoção das formas culturais de todos os grupos sociais, segundo as necessidades e desejos de cada um, procurando incentivar a participação popular no processo de criação cultural, promovendo modos de autogestão das iniciativas culturais. A cidadania democrática e cultural contribui para a superação de desigualdades, para o reconhecimento das diferenças reais existentes entre os sujeitos em suas dimensões social e cultural. (2007, p.14)

Relaciona-se também com a cidadania, o consumo, e a partir do momento em que este possui um sentido que diz respeito a dimensão cultural geral e outro que se refere ao consumo de bens culturais, estes conectam-se num conjunto de processos socioculturais ampliando horizontes de possibilidades.

Canclini, em busca de uma conceituação global do consumo, reúne três principais linhas de estudo sobre o assunto. A primeira traz o consumo como apenas uma etapa do ciclo de produção e reprodução social onde os indivíduos, em suas relações, se apropriam e fazem usos de seus produtos sem considerar necessidades ou gostos individuais; na sequência o consumo aparece como cenário de disputas, geradas pela desigual participação na estrutura produtiva, em busca daquilo que é produzido em sociedade e pelas diferentes maneiras de apropriação; e a terceira da qual, entre outros trabalhos, fazem parte os estudos de Bourdieu, onde é chamada atenção para os aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora em que o consumo aparece como terreno onde realizam-se diferenciação e distinção entre classes e grupos.

Em sociedade, boa parte das relações sociais se constroem, mais do que na luta pelos meios de produção, pela disputa em relação à apropriação dos meios de distinção simbólica. Sobre isso Barbosa assinala que,

o consumo faz parte das estratégias culturais. Considerá-lo assim implica dizer que, quando as pessoas selecionam bens e deles se apropriam, definem o que consideram socialmente valioso, com quem desejam estabelecer trocas ou laços de solidariedade, quem convidam à mesa e quem dela excluem.(2007, p. 22).

Com a devida problematização, pode-se afirmar que o consumo não está restrito a satisfação de necessidades básicas ou de apropriação de bens, ele implica uma ordem de significados e posições sociais. Através do consumo é possível obter informações sobre quem consome, sobre sua posição atual, seu *status*, a que lugar pertence e os vínculos que é capaz de estabelecer, mas é possível dizer também que o consumo implica fazer as pessoas distinguirem-se umas das outras ou mesmo diluírem as diferenças.

No mapeamento das práticas de consumo cultural individuais, naquilo que pode parecer condição óbvia no afastamento do trabalho, nos momentos de lazer², pretende-se delinear que outras motivações levam esses trabalhadores a consumir ou não determinado bem cultural. O lazer, parece-nos, deve ser sempre definido em relação ao trabalho. Não como fato externo, mas como é vivido pelo trabalhador, como integrado na vida quotidiana e como significação para a sua consciência. A intenção desta pesquisa com trabalhadores do Polo Industrial de Camaçari foi detectar partes desta vivência cultural.

O trabalho no ramo petroquímico representa ainda hoje um meio de ascensão social para os candidatos às profissões de nível técnico. Muitos deles oriundos das camadas populares e de pouco capital cultural, veem na indústria a opção de desenvolver uma carreira técnica com nível de remuneração igual ou superior ao que teriam caso já com o nível superior completo. Muitas mudanças aconteceram no Polo Industrial de Camaçari desde a década de 80/90, com repercussões na organização do trabalho e no desempenho dos trabalhadores. Exemplos disso são as mudanças nos requisitos de qualificação, possibilitando que as chefias técnicas qualificadas, como os cargos de direção de unidades produtivas, sejam exercidas por profissionais de nível médio, de comprovado desempenho profissional. Essas funções, antes privativas de profissionais de nível universitário, hoje abrem espaço para profissionais de nível técnico, evidenciando que o desempenho profissional pode vir a ser mais importante que o grau de escolaridade. Aliado a isso, a não obrigatoriedade de se ter formação superior em área afim à petroquímica têm levado essas pessoas a vislumbrar formações acadêmicas das mais diversas, expandindo um horizonte de possibilidades.

Pode-se dizer que esses trabalhadores hoje fazem parte de uma categoria que, pelo poder aquisitivo, pode ser denominada de classe média. Esta é a definição sócio-econômica corrente nos textos e análises que inferem sobre a nova classe média brasileira. Contudo, em um outro plano observamos que suas precondições sociais, emocionais e culturais indicam ainda, não são muito frequentes, aspectos que constituem um capital cultural possível já acessado por este grupo através do consumo cultural. E que a questão referente a classe da qual fazem parte, como assinala Jessé Souza, “não são determinadas pela renda – como para os liberais – nem pelo simples lugar na produção – como para o marxismo clássico –, mas sim

² Consideraremos o lazer como uso do tempo livre. Sobre isso vale lembrar a definição adotada pelo IPEA que o define como tempo utilizado em múltiplas e diferenciadas atividades não relacionadas ao trabalho, variando portanto, com o nível de vida e a idade, mas também com recursos sociais disponíveis. Porém existem ainda as definições das práticas culturais, no sentido amplo, que englobam também circo, cinema, lazer.

por uma visão de mundo “prática” que se mostra em todos os comportamentos e atitudes como esclarecida” (2010, p.45).

As pesquisas de consumo cultural, embora escassas, são de suma importância, especialmente, para a elaboração de políticas de cultura que estejam alinhadas com as necessidades da comunidade, as quais estão sendo direcionadas. No Brasil, temos algumas tentativas de estabelecer estas pesquisas, mas ainda são incipientes.

O presente trabalho tem assim o intuito de fazer uma análise sobre aspectos do consumo cultural de um grupo de trabalhadores em regime de turno. O propósito foi de conhecer quais atributos e compreensões estão presentes na concepção que estes trabalhadores tem da cultura. Para isso foi aplicado um instrumento que oferecia um caminho para tal intento. O que fazem estes trabalhadores para se divertir? A quais atividades de dedicam? O que fazem quando não estão trabalhando? Quais são os impedimentos reais à prática cultural? Quais são as motivações para suas práticas de lazer? Como se configura o consumo cultural desse grupo? E por fim, quanto dos investimentos em cultura, da empresa na qual estão inseridos, de alguma forma exercem influência sobre suas escolhas?

As respostas foram a base da análise aqui pretendida. O trabalho foi organizado em quatro partes. A primeira faz uma abordagem das noções dos principais conceitos que o norteia, a saber, noções de políticas culturais, de cultura, de equipamentos culturais, pesquisas de público e consumo cultural e lazer.

Na sequência buscou-se situar o leitor em que consiste o ambiente de trabalho ao qual os entrevistados estão submetidos. Para tanto a segunda parte do trabalho dedica-se a apresentar o Polo Industrial de Camaçari, o regime de trabalho – revezamento de turno - e a empresa da qual fazem parte bem como as referidas ações desta no campo cultural.

A terceira traz a descrição completa da pesquisa com a metodologia aplicada, a elaboração do questionário, considerações sobre a aplicação do mesmo, bem como ponderações, limitações e dificuldades encontradas.

Na quarta e última parte, são expostas as análises dos dados obtidos, contextualizados e que resultaram na análise do consumo cultural do grupo em questão.

1. NOÇÕES GERAIS

1.1 Políticas Culturais

O processo de globalização³ e fortalecimento do capitalismo trouxeram importantes transformações para a área cultural e, em certa medida, foram responsáveis pelo importante lugar de centralização que este campo alcançou na pós-modernidade. Estas mudanças também permitiram o seu reconhecimento como campo singular, organizado, que implanta novas formas de conceber e reconhecer o que até então é legitimado como cultura.

O fenômeno que democratiza a obra de arte é o mesmo que causa preocupações: a reprodução desenfreada e similaridade dos produtos. Assim, este processo concedeu à cultura cada vez mais importância, de forma que o avanço dos modos de produção industrial e visão capitalista sobre os bens simbólicos preocupam os organismos internacionais, que começam a discutir o papel dos governos no desenvolvimento de políticas culturais.

Estudiosos e profissionais da área reconhecem a importância do valor comercial, mas chamam a atenção para a necessidade de olhar esses produtos para além do valor econômico e simbólico e garantir sua diversidade, assegurando que não sejam tratados apenas pelas regras de livre concorrência comercial ou segundo as normas da Organização Mundial do Comércio (OMC). Pensar e estabelecer diretrizes para que seja assegurado o acesso de todos à diversidade dos bens culturais, são responsabilidades que devem ser assumidas pelo Estado, enquanto regulamentador deste campo, entretanto, instituições privadas e ONG's podem, através da elaboração de políticas culturais eficazes e democráticas, contribuir.

Por política cultural entendemos como sendo o

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 (...) conjunto de iniciativas tomadas por esses agentes, visando promover a produção, distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico. (COELHO, 1997, p.293).

³ De acordo com Stuart Hall (1992) a globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço- tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado.

No entanto, a partir da segunda metade do século XX temos uma inversão de papéis entre o Estado e o setor privado. De forma, que o governo brasileiro tem se omitido do seu papel de regulamentador, entregando as responsabilidades pela organização do campo cultural ao setor de marketing das grandes empresas, especialmente, através das leis de benefício fiscal.

A partir de 2002, entretanto, é possível perceber uma mudança de postura do Ministério da Cultura, que alinhado com as políticas internacionais, começa a pensar a cultura não só do ponto de vista dos dividendos econômicos que é capaz de gerar, mas também da perspectiva da diversidade e do seu potencial simbólico, como fonte de desenvolvimento. O modo como as políticas culturais estavam sendo desenvolvidas, de maneira intuitiva, sem levar em consideração o contexto sociológico e as barreiras simbólicas que envolvem as práticas de natureza artística e cultural, começaram a ser questionadas. Este modo de olhar a cultura “baseia-se no pressuposto de que existe um núcleo cultural positivo, de importância superior para uma comunidade e de âmbito restrito, que deve ser compartilhado pelo maior número de pessoas na qualidade de receptores ou apreciadores” (COELHO, 1997, p. 294), o que gerava ações que privilegiavam e tentavam impor a cultura erudita.

As discussões do que se entende por cultura na contemporaneidade, entendida como o “conjunto de práticas e atitudes que têm uma incidência sobre a capacidade do homem de se exprimir, de se situar no mundo, de criar seu entorno e de se comunicar” (BOTELHO, 2001, p.2) inserem na área cultural a importância dos mecanismos capazes de mapear o universo da produção e da recepção, dando ênfase ao papel das pesquisas socioeconômicas. Percebeu-se que uma análise dos dados levantados por esse tipo de pesquisa permitiria observar o modo como os diversos públicos compreendem a cultura, consomem e se apropriam dos produtos culturais. O conhecimento do público torna-se fundamental para um melhor planejamento e aplicação de recursos na cultura, daí a importância e o crescimento das pesquisas neste setor. De acordo com Botelho,

a maioria dos países desenvolvidos faz pesquisas periódicas sobre as práticas ou consumo culturais (das quais derivam estudos sobre áreas ou problemas específicos). Com formulações de caráter distinto, que refletem as tradições históricas e culturais de cada um deles, o estudo inaugural de Pierre Bourdieu (1969) sobre os museus foi o modelo que se generalizou, mesmo em âmbito internacional e se impôs, apesar das diferenças entre as pesquisas existentes nos vários países. (BOTELHO, 2001, p.10)

1.2 Conceito de cultura

Toda política cultural desenvolvida é intercalada por uma concepção de cultura que participa de todo o processo, desde sua elaboração até sua execução. Tal relacionamento justifica a importância da conceituação de cultura para delimitar os pressupostos, motivações e legitimações de tais políticas que partem não apenas do Estado, mas também de instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários. Segundo Rubim

a amplitude do conceito de cultura utilizado não apenas delinea a extensão do objeto das políticas culturais, mas comporta questões a serem enfrentadas por tais políticas, como as conexões pretendidas e realizadas entre modalidades de cultura, sejam elas: erudita, popular e midiática ou local, regional, nacional, macro-regional e global. (2006, p.9)

Tamanha importância não apenas conceitual, mas também às questões de ordem prática que o termo encerra, e no sentido da importância em delimitar o caminho a ser percorrido por este trabalho, que faz-se necessário tratar do conceito de cultura. Por pertencer as mais diversas disciplinas intelectuais e sistemas de pensamento, muitas vezes distintos e incompatíveis e apresentando-se de forma bastante ampla, é inegável, pode-se comprovar pelas literaturas atuais, que o conceito de *cultura* hoje perpassa as várias dimensões societárias e ocupa lugar de destaque e valor perante a sociedade. É deste conceito que iremos partir.

O termo cultura tem seu conceito em constante transformação ao longo da história, transformações estas que partem do termo em latim *colere*, cultivar, proteger, honrar com veneração. Seu sentido primordial, de acordo com Raymond Williams, “referia-se, então, a lavoura, isto é, cuidado com o crescimento natural” (2007, p.117). Apenas no início de século XVI o sentido de cultura ampliou-se para o desenvolvimento humano, ganhando importância como substantivo independente no final do século XVIII e sendo utilizado como produto de um processo de desenvolvimento mental a partir do século XIX.

É diante de uma riqueza de definições que salientamos a existência de dois sentidos que ganharam relevância no final do século XIX: um antropológico, cuja amplitude revela cultura como modo de vida de um povo e a pensa como tudo aquilo que é socialmente aprendido e transmitido. E outro, de caráter humanista, que descreve os trabalhos e práticas de atividade intelectual e artística.

Quando pensamos em cultura evidenciamos o próprio *modus operandi* do ser humano

e suas relações com as estruturas concretas onde a vida e a cultura se processam. Segundo Canclini (1983 *apud* BARROS, 2010, p. 31) “não existe produção de sentido que não esteja inserida em estruturas materiais”.

As Nações Unidas já adotaram, há alguns anos, em seus Relatórios de Desenvolvimento Humano, a ênfase sobre o acesso pleno a cultura como importante indicador para avaliar a qualidade de vida, e a considerar estratégicos os processos criativos e simbólicos para desenvolvimento de uma sociedade. Sendo assim, “a cultura passa a ser efetivamente reconhecida com uma dimensão simbólica que dá sentido ao mundo e que impregna todo um universo de: produtos, comportamentos, estilos de vida, etc” (RUBIM, 2006, p.5).

O Ministério da Cultura há alguns anos assumiu a necessidade de ampliar seu raio de compreensão da ideia de cultura deixando de lado as políticas restritas ao mundo das artes e da literatura e presente nas diretrizes, planos e ações do seu Plano Nacional de Cultura “reafirma uma concepção ampliada de cultura, entendida como fenômeno social e humano de múltiplos sentidos. Ela [a cultura] deve ser considerada em toda a sua extensão antropológica, social, produtiva, econômica, simbólica e estética” (2010, p.8). Ou seja, a cultura passa a operar com as diversas interpretações de mundo onde se qualificam as relações sociais, como necessidade humana básica junto a tantas outras de ordem material e também participante nos processos da ordem da economia.

Partiremos então desse conceito convergente da noção de cultura que valoriza tanto as práticas socialmente institucionalizadas, quanto as práticas de ordem simbólicas e de produção social de sentido.

1.3 Equipamentos Culturais

O modo como a população se apropria e faz uso dos equipamentos culturais presentes em seus entornos, considerando as diversas aspirações e maneiras de estabelecer relações com as obras e produtos culturais, é importante para que seja possível realizar uma relação entre consumo cultural e os públicos.

Por equipamentos culturais será adotado neste trabalho um dos conceitos de Teixeira Coelho que os define como “edificações destinadas a práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, filmotecas, museus)” (1997, p.165). Tais equipamentos podem ser administrados por iniciativas públicas, pela iniciativa privada, ONGs ou por associações

comunitárias ou culturais. (NUSSBAUMER, 2005, p.1)

A existência de equipamentos culturais e de meios de comunicação nos municípios brasileiros foi considerado relevante sobre a dimensão cultural investigada pela Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC desde 1999, em sua primeira edição.

Merece registro o fato de que equipamentos tradicionais como museus, teatros e, em menor medida, cinemas apresentaram expansão nos municípios brasileiros, em especial nas áreas empobrecidas, possibilitando uma maior disseminação dos conteúdos culturais. Mesmo assim os estudos da MUNIC (2009) ainda revelam que as regiões mais desenvolvidas são as que possuem uma maior incidência de infraestrutura cultural e maior densidade populacional. Vale ressaltar que a simples presença de um equipamento não diz muito sobre práticas e gostos culturais, mas pode dizer algo sobre como são encaradas as preferências da população pelas instituições sociais que esforçam-se para munir a cidade de certos equipamentos culturais.

Cidades como Salvador, onde ainda inexistem inclusive um mapeamento completo dos seus equipamentos, São Paulo e Rio de Janeiro, tem em comum a desigualdade na distribuição espacial de equipamentos culturais bem como escassez de estudos mais aprofundados sobre o tema. Nestas cidades pesquisas revelaram que áreas centrais e mais bem servidas de transporte público são as mais privilegiadas pela presença de equipamentos culturais.

1.4 Pesquisas de Público

A aplicação do método de inquérito no estudo das práticas culturais e dos públicos da cultura no Brasil, assim como no plano internacional, tem utilizado valores como a categoria sócio-profissional, o nível de escolaridade, a faixa etária e o sexo. Porém, “além da identificação de fatores que estruturalmente tornam as práticas culturais mais ou menos prováveis, importa também a identificação de diferentes combinações de práticas culturais e de lazer e a correspondência entre essas combinações e o perfil dos respectivos praticantes” (GOMES, 2003, p.32). O que se tem verificado em Portugal é uma preocupação analítica com a segmentação dos perfis sociais dos públicos a partir de duas vertentes:

Por um lado, elaboração de *tipologias de públicos e praticantes culturais*, que possam dar conta de diferentes perfis de grupos sociais contrastados para esse efeito em termos de regularidade de consumo cultural. [...] Por outro lado, a identificação de *diferentes*

combinatórias de práticas culturais, tendo em conta diferentes modos de relação com a cultura, passando designadamente, conforme já antes referido, pelo cruzamento entre práticas de cultura cultivada e práticas lúdicas não necessariamente orientadas para a recepção de objetos artísticos. (GOMES, 2003, p.32)

Já comprovado em países, como a França, a realização de pesquisas com o intuito de conhecer as práticas ou consumo culturais dos diferentes públicos da cultura são importantes ferramentas que auxiliam estudos sobre áreas ou problemas específicos. As barreiras simbólicas, por exemplo, começaram a ser enxergadas como importantes impedimentos ao acesso da população a determinadas práticas, a partir de resultados de pesquisas de público, uma vez que estas, durante muito tempo, preocupavam-se apenas com questões voltadas para a má distribuição ou ausência de espaços culturais e preços muito altos.

No Brasil, ainda há carência de estudos sobre públicos. É de conhecimento o 1º *Diagnóstico da área cultural de Belo Horizonte*, realizada entre 1995 e 1996, com o intuito de descobrir a percepção da população sobre a cultura produzida ou oferecida na cidade, além de como esta se apropriava dos bens culturais; a pesquisa realizada por Isaura Botelho e Maurício Fiori, *O uso do tempo livre e as práticas culturais na Região metropolitana de São Paulo*; a pesquisa *Consumo Cultural na cidade de Porto Alegre*, desenvolvida pela Assessoria de Estudo e Pesquisa da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em 2001; e ainda pesquisas que foram realizadas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, através do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura da UFBA (CULT) que tiveram como objetivo, além de mapear e descrever os teatros de Salvador, traçar o perfil de seus frequentadores.

Reconhecendo que o Estado também tem um papel fundamental no incentivo e desenvolvimento de pesquisas nesta área, que o Ministério da Cultura (MinC), o IBGE e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) vem trabalhando, em cooperação, com o objetivo de fornecer subsídios para a formulação e a reformulação de políticas públicas no país em matéria de cultura.

1.5 Consumo cultural e lazer

A questão do consumo não é tão simples de ser resolvida quando lançamos a pergunta: o que significa consumir? Para elucidar a questão tomamos a definição de Canclini onde o autor

expõe que “o consumo é visto não como uma mera possessão individual de objetos isolados mas como uma apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens” (2008, p. 70).

Ao analisarmos o que significa consumir, quais são seus objetos e em quais circunstâncias históricas, vemos que o sentido do consumo muda completamente. Consumir, nos séculos XVII, XVIII ou XIX, tem um sentido totalmente diferente de consumir no final do século XX e começo do XXI.

Com a Revolução Industrial, aspectos e características dos espaços sociais, antes concentrados em áreas rurais, foram modificados pela urbanização e pelo aperfeiçoamento de máquinas. A mecanização veio em substituição ao trabalho pesado do homem, e a concentração populacional em torno das áreas urbanas marca uma nova dimensão espacial nestes centros urbanos. Assim, ao trabalhador é propiciado um incremento nas horas livres, com oportunidades de gozá-las em melhores condições. O espaço urbano passa, então, a uma segmentação mais acentuada culminando numa clara distinção entre habitat, trabalho e lazer.

A revolução industrial trouxe um sistema social e criou duas novas classes: empresários e operários, e a relação capital/trabalho, que repercute nas relações entre tempo livre e tempo de trabalho. Assim, desde que o lazer emergiu como uma conquista da luta dos trabalhadores nos sindicatos, este é visto historicamente como um dos poucos momentos de realização e prazer devendo compensar a frustração gerada no seio do processo produtivo.

A imagem popular tão difundida do empresário ou do homem rico como aquele que desfruta de longas horas de lazer não corresponde exatamente à realidade. É evidente que o espaço e o tempo de lazer são muito maiores entre as elites, no entanto isso não significa que não haja entre os trabalhadores longos períodos de ócio ou de tempo livre.

Desde a antiguidade tem-se o conhecimento de que algumas camadas sociais tivessem direito ao ócio, o que dava margem ao consumo, desenvolvimento e elaboração de obras culturais. No Brasil a questão da fruição cultural ainda é símbolo de *status*. Ou seja, o acesso à cultura erudita e a fruição estética são formas de distinção social.

A estética das classes superiores é marcadamente ‘intelectualizada’ em contraposição ao ‘funcional’ do gosto popular. Evidentemente esta qualidade de intelectualização decorre de uma competência adquirida, de um capital escolar e cultural que é distribuído socialmente de maneira desigual. (ORTIZ, 1985, p. 75 *apud* FORJAZ, 1988)

Os debates contemporâneos sobre estratificação social discutem o consumo e os estilos de vida como produtor de atitudes. Eles consideram o estilo de vida, ao invés da classe social, como um ator muito mais importante na formação de grupos sociais do que a inserção do indivíduo nas forças produtivas, conforme uma vigorosa tradição na reflexão sobre estratificação social. É disso que compartilha Jessé Souza (2010), ao falar sobre o que fundamenta a estrutura social brasileira. Ele defende que as classes sociais que dividem o Brasil precisam estar desvinculadas tanto do economicismo liberal, que vincula classe ao rendimento monetário, quanto do marxismo tradicional, que associa classe à posição do indivíduo em relação ao modo de produção vigente. Caso contrário “isso equivale a esconder todos os fatores e condições sociais, morais e culturais que constituem a renda diferencial” (2010, p.22).

Um exemplo, também, deste tipo de análise é a tradição de pesquisa que relaciona consumo e estilo de vida, iniciada a partir dos estudos clássicos de Pierre Bourdieu (1996, *apud* FERREIRA, 2003, P. 172). De acordo com seus estudos, o espaço social apresenta a distribuição dos agentes, de acordo com seus respectivos *habitus*, que sintetizam também o conjunto de práticas e atitudes correspondentes a uma dada posição social de um indivíduo.

Estariam, então, associadas à inserção na hierarquia social de cada pessoa, o consumo de bens culturais, ou seja, livros lidos, tipos de culinárias apreciadas, percepções de mundo e de atitudes. Suas análises revelam que a quantidade acumulada de capital, seja ele econômico, cultural ou social, é o que determina as classes sociais, e sua representação reside no espaço social.

2. O CONTEXTO DA PESQUISA

2.1 O Polo Industrial de Camaçari

A indústria petroquímica, onde está inserido o Polo Industrial de Camaçari, caracteriza-se por utilizar um derivado de petróleo (a nafta) ou o gás natural como matérias-primas básicas. É o seguimento produtivo que está presente em praticamente todo produto consumido no dia-a-dia do ser humano atendendo mais da metade das necessidades do país.

O Polo, maior complexo industrial integrado do Hemisfério Sul, iniciou suas operações em 1978. É o primeiro complexo petroquímico planejado do País e está localizado no município de Camaçari, a 50 quilômetros de Salvador, capital do Estado da Bahia. Hoje congrega mais de 90 empresas químicas, petroquímicas e de outros ramos de atividade como indústria automotiva, de celulose, metalurgia do cobre, têxtil, bebidas e serviços.

De acordo com informações da COFIC, Comitê de Fomento Industrial de Camaçari, as exportações do Polo Industrial de Camaçari representam para a Bahia US\$ 2,3 bilhões/ano, correspondendo a cerca de 35% do total exportado pelo Estado. Sua contribuição anual está acima de R\$ 1 bilhão em ICMS e responde por mais de 90% da arrecadação tributária de Camaçari .

O Polo ainda emprega 15.000 pessoas diretamente e 20.000 pessoas através de empresas contratadas e possui investimentos em programas sociais que superam os R\$ 13 milhões/ano.

2.2 A Empresa

A empresa em questão⁴, da qual faz parte a unidade fabril onde estão lotados os integrantes e parceiros entrevistados, foi criada em 2002 e possui uma trajetória no setor químico e petroquímico com atuação no Brasil (Bahia, Rio de Janeiro, São Paulo, Alagoas e Rio Grande do Sul), demais países da América do Sul, América do Norte, Europa e Ásia. Com uma faturamento em 2010 de R\$ 34,7 bilhões, a empresa acredita que sua contribuição para o desenvolvimento da sociedade está atrelada, além da atividade na qual atua, às práticas para com seus acionistas, integrantes e parceiros. Para a Companhia a educação funciona

⁴ Os dados referentes a empresa foram extraídos de seu Relatório Anual e de Sustentabilidade 2010, divulgado em seu site na Internet. O nome da empresa, bem como dos integrantes e parceiros entrevistados, precisaram ser omitidos, como exigência da empresa, para a realização deste trabalho.

como meio de estimular a evolução social, não limitando-se às questões de ordem corporativas. Sendo assim, com base em uma Política de Responsabilidade Social, ela estende suas iniciativas com foco em inclusão social, educação voltada à preservação ambiental, além do estímulo à cultura.

Apenas em 2010, a Companhia investiu um total de R\$ 9,2 milhões em diferentes projetos de Investimento Social Privado, além de R\$ 7,1 milhões investidos em projetos socioambientais associados a novos investimentos. Vale salientar que, para o ano de 2010, não foram utilizados recursos provenientes de incentivo fiscal em seus projetos de Investimento Social Privado.

Suas ações hoje envolvem:

- Programas de educação e proteção ambiental;
- Programas de desenvolvimento sustentável;
- Projetos de reciclagem;
- Doação de recursos como forma de compensação ambiental para implantação de Parque Ecológico concebido para fomentar iniciativas de preservação ambiental, de lazer, esportivas, de atividades culturais e educativas, além de ações formativas voltadas à cidadania, à geração de renda e à inclusão social.
- Premiações para produções de teatro
- Promoção de conferências com grandes pensadores nacionais e internacionais das diversas áreas do pensamento.

2.3 O trabalhador de turno

Os trabalhadores de turno entrevistados desempenham funções, de: operadores de processo, analistas químicos e operadores de ensaue, estes últimos integrantes de empresa terceirizada, que para facilitar o entendimento, serão denominados “parceiros”, expressão comum dentro da empresa.

De acordo com o Art.2 da INSTRUÇÃO NORMATIVA No 64, de 25 de abril de 2006⁵, “considera-se trabalho em turno ininterrupto de revezamento aquele prestado por trabalhadores que se revezam nos postos de trabalho nos horários diurno e noturno em empresa que funcione ininterruptamente ou não”.

⁵<http://www.portal.mte.gov.br/>. Acesso em: 03 nov. 2011

A jornada de trabalho corresponde ao período em que o empregado está obrigado a cumprir as tarefas que lhe foram atribuídas pelo empregador. No caso dos entrevistados integrantes da empresa tratam-se de 7 dias trabalhados, com 8h cada, seguidos de 3 ou 4 dias de folga, e no caso dos parceiros 6 dias trabalhados, com 8h cada, seguidos de 1 dia de folga.

Por trabalhar em revezamento de turno, os trabalhadores são divididos em equipes, definidas por letras do alfabeto. Por parte da empresa, cada equipe, num total de cinco (Grupos-A, B, C, D, E), é composta de 7 à 8 pessoas na operação da fábrica e 1 analista, responsável pelas análises de qualidade do produto. À equipe operacional soma-se o apoio de 4 turmas também em revezamento (Grupos-A, B, C, D), cada uma com 12 pessoas, integrantes de empresa parceira (terceirizada) e responsáveis pelo ensacamento do produto final.

3. DESCRIÇÃO DA PESQUISA

3.1 Metodologia e elaboração do questionário

Para a realização deste estudo a leitura de alguns autores foi, motivadora e fundamentadora, a saber, Ecléa Bosi, que realizou na década de 70 uma pesquisa sobre hábitos de leituras de um grupo de operárias da indústria paulista, onde mapeou o que estas buscavam em suas leituras, as limitações após um dia cansativo de trabalho e quais as reminiscências das últimas leituras realizadas; Jessé Souza, que através de pesquisa empírica qualitativa traz a discussão a cerca do que ele denomina “nova classe trabalhadora” revelando que esta, ainda que tenha pouco capital econômico e cultural incorporado, ao longo de sua trajetória ascende a novos patamares de consumo a custo de grande esforço e sacrifício pessoal; Frederico Barbosa, com trabalho sobre o consumo cultural das famílias brasileiras, onde analisa os diferentes componentes de consumo cultural das famílias, bem como as variáveis sócio-econômicas que o condicionam; e Isaura Botelho e Maurício Fiore, com pesquisa sobre o uso do tempo livre e as práticas culturais da região metropolitana de São Paulo que objetivou conhecer melhor o que rege as escolhas dos entrevistados na ocupação do tempo livre, como uma demanda na formulação mais adequada de políticas públicas. Baseada nestes trabalhos precedentes, a presente pesquisa elegeu como instrumento, a aplicação de questionários individuais e semiestruturados com os trabalhadores de turno. Este método trata-se de pesquisa de campo, já que se propõe buscar as informações pertinentes diretamente com o público.

O questionário foi elaborado através do Google Docs, porém a ferramenta de envio do mesmo via e-mail e os relatórios gerados não foram utilizados. A escolha da ferramenta foi devido a possibilidade existente de converter o formulário do questionário numa tabela Excel que seria alimentada a cada entrevista finalizada. Foi a partir desta planilha que se deu a tabulação dos dados.

Os dados obtidos são tanto quantitativos quanto qualitativos, considerando que o questionário elaborado, além das questões de múltipla escolha contém questões subjetivas. Esse formato tinha como finalidade uma análise mais completa, privilegiando as ponderações oriundas dos entrevistados, visando uma maior aproximação da realidade de cada indivíduo.

O questionário elaborado foi dividido em quatro grupos de informações: 1) identificação básica (dados pessoais, escolaridade, etc.); 2) Hábitos culturais; 3) Frequência a atividades culturais; 4) Motivações e limitações às práticas; 5) Percepção das práticas e

iniciativas da empresa voltadas para área cultural.

3.2 Aplicação do instrumento

Depois de elaborado o questionário fez-se necessário autorização formal do Coordenador de Produção, responsável pela unidade fabril, para que fosse possível a realização das entrevistas. Depois de explicitado as motivações, objetivos, bem como os detalhes da realização, uma vez que a entrevistadora fazia parte do quadro de funcionários, o coordenador foi bastante receptivo com a iniciativa e sugeriu que a amostra fosse mais diversificada englobando outros setores da unidade fabril.

Diante da possibilidade do aumento significativo de pessoas à serem entrevistadas, a realização das entrevistas por apenas uma pessoa transformou-se em importante limitação, que não era de simples resolução, uma vez que o acesso a outras pessoas, para um eventual apoio, estava fora de cogitação diante dos riscos oferecidos por uma planta petroquímica.

Nas reuniões de orientação, ficou definido então, que o trabalho teria foco em trabalhadores de turno, não apenas em operadores de processo. O novo enquadramento então abarcaria, além do setor operacional, o setor de controle de qualidade e a área de ensacamento.

A pesquisa foi realizada, dentro do ambiente fabril, no período de 01 de setembro à 07 de outubro de 2011, em dias alternados, e nos mais variados horários, inclusive durante a madrugada, uma vez que a entrevistadora precisava estar livre de suas obrigações laborais para com a empresa para se dedicar às entrevistas. Não houve realização de pesquisa piloto, tendo em vista que, no caso de qualquer alteração necessária ao questionário, seria possível retornar àqueles já entrevistados para qualquer complementação ou esclarecimento de dúvidas.

Desviar as pessoas de suas atividades de trabalho apresentou-se como dificuldade ao início de cada entrevista, mas não como mera desculpa por parte dos entrevistados. As atribuições de cada um dentro de uma petroquímica são muitas, mas cada entrevistado depois de tomar conhecimento da natureza do trabalho, organizava suas atribuições de maneira a disponibilizar o tempo que fosse necessário para responder as perguntas. Cada entrevista durou, em média, 30 minutos.

Com relação aos entrevistados da área de ensacamento o entrave maior, que comprometeu o número de entrevistados foi que, no mês da aplicação do questionário, a equipe de ensaque foi transferida para apoiar atividades de outras unidades em decorrência de parada da planta industrial que passou por problemas operacionais deixando de produzir por

vários dias.

Outro aspecto a ser considerado é que, ao contrário da maioria das pesquisas de público existentes, os entrevistados não eram completos desconhecidos para a entrevistadora. O fato de trabalhar há 10 anos com a maioria dos entrevistados já eliminava a barreira inicial da entrevista. No entanto, possuir um certo repertório, ainda que mínimo, do estilo de vida de cada um poderia configurar uma certa manipulação, mesmo que involuntária, à análise das respostas. Quanto a isso, o esforço pessoal foi no sentido de limitar a condução da entrevista ao registro das respostas com a tarefa de sempre instigar o entrevistado a falar um pouco mais sobre outros aspectos; e o compromisso de evitar realizar, ainda que mentalmente, confrontamentos de informações fornecidas no momento da entrevista com informações já conhecidas sobre cada um.

3.3 Tabulação dos dados

O *Google Docs* foi eficiente na elaboração dos gráficos concernentes às questões de múltipla escolha, porém muitas das questões abertas precisavam ser agrupadas para gerar outros gráficos. Sendo assim, todos os dados foram transferidos para o Excel e a totalidade dos gráficos foram elaborados a partir destes dados.

A partir daí foi possível a análise estatística e os devidos cruzamentos de dados.

4. ANÁLISE DOS DADOS⁶

Com base nos dados apresentados, o presente trabalho abrangeu o universo de 42 trabalhadores, 10% do sexo feminino e 90% do sexo masculino. Desta totalidade 76% vivem em Salvador, 90% são funcionários contratados⁷ e apenas 10% parceiros. 57% destas pessoas tem entre 36 e 49 anos de idade seguidos dos 26% que tem entre 26 e 35 anos. Com relação a raça/cor, 79% se declarou parda ou preta. Quanto ao tempo de trabalho em petroquímica 45% já tem de 16 a 30 anos de serviço, muitos ainda remanescentes da chegada do Polo Petroquímico à Bahia, período no qual Salvador passou por uma série de mudanças importantes inclusive pelo surgimento do que Pinto⁸ considerou de “uma nova classe média formada por ocupantes de cargos técnicos e gerência nos centros industriais”. Entretanto, conhecendo um pouco da história de vida dessas pessoas, o que nos ajudará mais a avançar nas análises é a definição de Souza, que os denomina “batalhadores”, uma classe marcada pela ausência de privilégios de nascimento que envolvem inclusive ausência do recurso do tempo, valioso para a classe média tradicional e fundamental para o ganho de capital cultural. De acordo com o autor

ainda que classe média seja um conceito vago [...] ela implica, em todos os casos um componente “expressivo” importante, e, conseqüentemente, uma preocupação com a “distinção social”, ou seja, um estilo de vida em todas as dimensões que permita afastá-la dos setores populares e aproximá-la das classes dominantes. Aqui não se trata de “renda”, já que efetivamente pode-se ter uma renda relativamente alta e uma condução de vida típica de classes populares. Associar classe à renda é falar de classes, esquecendo-se de todo processo de transmissão afetiva e emocional de valores, processo invisível, visto que se dá na socialização familiar, que constrói indivíduos com capacidades muito distintas. (2010, p. 47)

No que diz respeito ao estado civil, 78% são casados. A renda individual de 40% varia de R\$2.600 à R\$3.300, seguidos de outros 26% com renda entre R\$2.200 e R\$2.600⁹.

Entre os níveis de escolaridade, aqueles que decidiram dar continuidade aos estudos, mesmo que os tenham abandonado ou ainda estejam em andamento, representam 64% dos entrevistados, os outros 36% representam aqueles que possuem apenas o 2º grau técnico, o

⁶ Os gráficos referentes aos dados apresentados na análise, quando não constarem no corpo do texto, deverão ser buscados no apêndice.

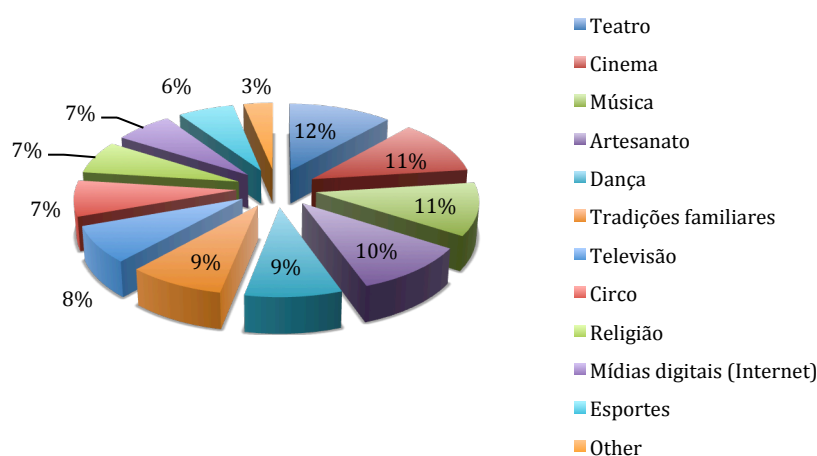
⁷ Da totalidade de operadores não foram contabilizados 01 operador que está afastado de suas funções por motivos de saúde e a entrevistadora.

⁸ Disponível em <http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm>

⁹ A esses valores somam-se ainda 88,8% em adicionais de periculosidade, trabalho noturno e hora descanso, além de benefícios não-monetários com plano de saúde, alimentação e transporte.

que demonstra uma parcela significativa de trabalhadores escolarizados não limitados apenas ao nível técnico, premissa de outrora para ingressar na indústria. Vale ressaltar, a partir deste dado, que a área de maior interesse daqueles que optaram por avançar nos estudos não está diretamente relacionada com a petroquímica, 64% optaram pela área de humanas, saúde ou exatas (arquitetura, economia, matemática, ciência da computação), apenas 36% optou por algum curso da área de engenharia.

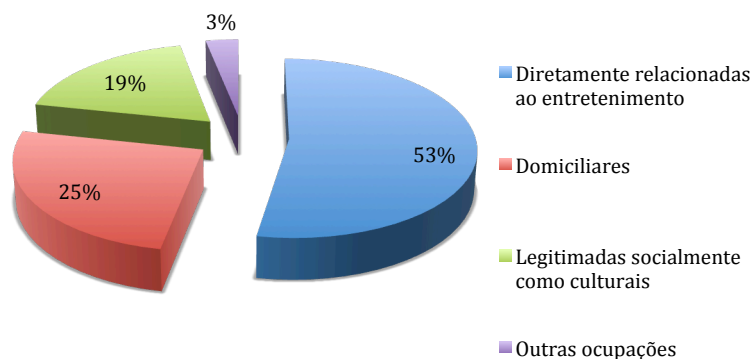
O que é considerado CULTURA



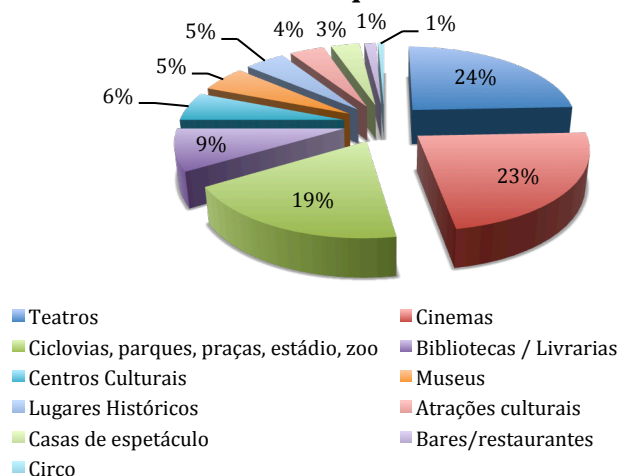
Quando questionados sobre quais itens consideravam cultura houve um equilíbrio na maioria das respostas revelando uma amplitude no entendimento do conceito, que abarcou tanto práticas legitimadas socialmente como culturais como teatro, cinema, música e dança totalizando 43%, quanto práticas associadas ao cotidiano e à noção de divertimento como circo, religião, conteúdos televisivos, práticas de esportes e tradições familiares, somando 37%. Esses números permitem compartilhar da noção de cultura na qual coexistem tanto o sentido antropológico, onde é pensada, segundo Barros, “como tudo aquilo que é socialmente apreendido e transmitido e que não se realiza apenas pela natureza das coisas do mundo e dos seres humanos” (2010, p.30), quanto no sentido sociológico que abarca as práticas mais institucionalizadas.

A maioria dos entrevistados não quis se arriscar a enumerar outros itens que não aqueles listados no questionário. Os que o fizeram, citaram rádio, culinária e literatura, práticas que fazem parte do lazer doméstico, onde confluem as noções de cultura, mídia, lazer, informação e comunicação de massas.

Práticas nas HORAS DE LAZER

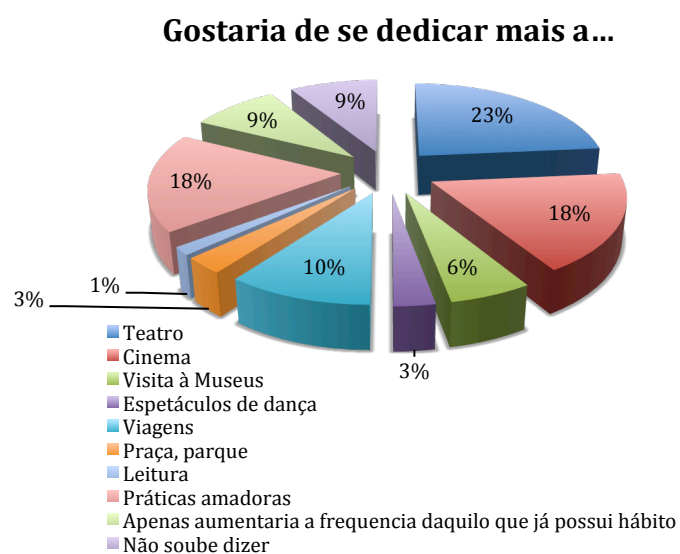


Quais equipamentos costuma frequentar?



O limite entre prática cultural e entretenimento atualmente é cada vez mais tênue. Os entrevistados demonstram que cultura e lazer entremeiam-se em seus quotidianos. Quando questionados sobre as práticas nas horas de lazer apesar de 53% das respostas contemplarem práticas relacionadas ao entretenimento, 19% delas dizem respeito a práticas legitimadas socialmente. Porém, quando questionados sobre quais equipamentos culturais costumam frequentar, os números se invertem: 47% das respostas dizem respeito a equipamentos tradicionais como cinema e teatro e 32% às áreas destinadas ao lazer, como casa de espetáculos, parques, praças, restaurantes, estádios. Assistir à desfiles de fanfarras, a apresentações de orquestra sinfônica também estão incluídos às respostas sobre equipamentos culturais revelando a dificuldade que todos os entrevistados tiveram em entender em que

consistia o termo. Durante todas as entrevistas foi necessário uma breve explanação sobre o conceito de equipamentos culturais. No vocabulário comum dos trabalhadores o termo *equipamento* faz parte da expressão diária da indústria e diz respeito a todo maquinário existente numa fábrica, necessário à produção de determinado produto, desde a recepção da matéria prima até seu encaminhamento para o consumidor final.



Prática cultural e entretenimento também mostram-se entrelaçados quando os trabalhadores são questionados sobre a que gostariam de se dedicar nos momentos livres. Entre as respostas, o teatro foi citado por 23% dos entrevistados sempre associadas a duas vontades: ou de criar um hábito inexistente - 32% disseram não ter assistido espetáculos teatrais nos últimos 12 meses; ou intensificar um hábito considerado esporádico - 46% assistiram espetáculos teatrais de 1 a 4 vezes no último ano. Dados estes que se contrapõem a informação de que 24% costumam frequentar o teatro, talvez tanto por este, assim como os museus, serem equipamentos culturais menos populares quanto pela carência de políticas públicas de cultura que promovam essas práticas. Na sequência, aparecem o cinema e as práticas amadoras como realização de cursos de teatro e dança, pescaria e prática de esportes, ambos com 18%.

De maneira geral, as práticas dos trabalhadores são tímidas. Ir a shows de música não fez parte das práticas de 33% dos entrevistados no último ano, bem como também não fazem parte idas às bibliotecas e galerias e museus por parte de 64% dos entrevistados cada.

Apenas ir ao cinema e assistir filmes em casa apresentam índices superiores de frequência sobre aqueles que declararam não frequentar. 36% vão ao cinema de 1 a 2 vezes por mês em oposição aos 17% que dizem não assistir; 69% disseram assistir filmes em casa mais de uma vez por semana enquanto apenas 5% disseram não assistir. A alta frequência em assistir filmes na residência pode estar associado à comodidade de ficar em casa com toda a família, pode assistir a um filme com pouco custo, como da locação de DVD ou de uma compra via TV a cabo, sem precisar enfrentar trânsito ou filas.

Quanto aos hábitos de leitura, o percentual de entrevistados que declarou não ter lido no último ano é semelhante: 29% não leram livros e 24% não leram jornais. Em equilíbrio com aqueles que não possuem o hábito de leitura estão os 24% que disseram ler pelo menos 3 livros por ano. A leitura do jornal é um hábito semanal em 43% dos entrevistados.

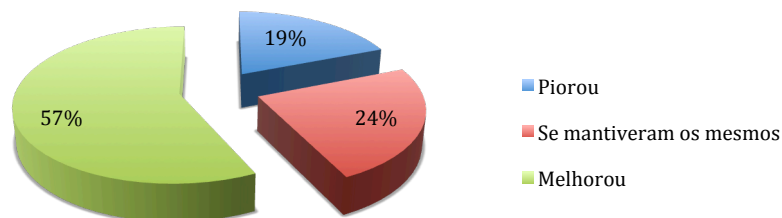
Tais dados nos remetem a outras pesquisas realizadas¹⁰, onde o consumo cultural em domicílio tem se apresentado relevante. De acordo com a POF, Pesquisa de Orçamento Familiar¹¹ as despesas com bens culturais domiciliares foram predominantes atingindo cerca de 85% dos gastos com cultura. A preferência ao consumo domiciliar muitas vezes pode estar relacionado tanto à redução de preço dos equipamentos eletrônicos quanto às dificuldades e ameaças da vida urbana, como por exemplo, deslocamento e segurança, fatores estes, porém, que não foram citados como impedimentos a uma maior frequência a equipamentos de cultura pelos entrevistados. De acordo com Botelho, os poderes públicos devem preocupar-se com a questão dos meios de comunicação quando o assunto são as ações que visam à democratização cultural, visto que

a vida cultural da população não é feita pelas práticas legitimadas, aquelas com as quais se preocupam os gestores culturais que administram os equipamentos da cidade, práticas de elite (teatro, museus, bibliotecas, por exemplo), mas sim pelo recurso a equipamentos e produtos da indústria cultural, sobretudo eletrônicos. (BOTELHO, 2003, p. 5)

¹⁰ Como a pesquisa realizada em São Paulo por Isaura Botelho e Maurício Fiore “O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo” e a de Públicos dos Teatros de Salvador, realizada em 2006.

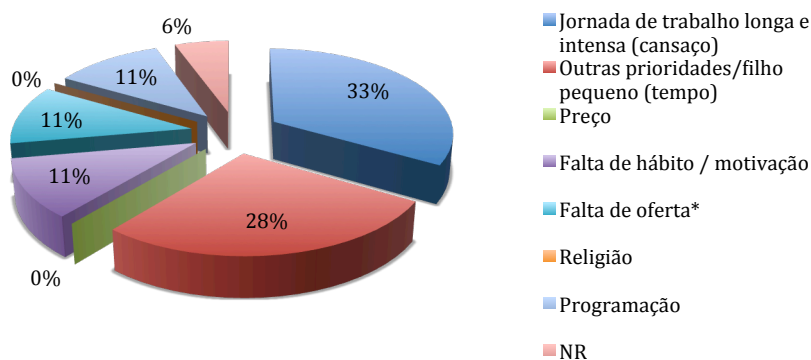
¹¹ Ano-base 2002, publicado em 2007.

Reflexo do ingresso em petroquímica sobre os hábitos culturais



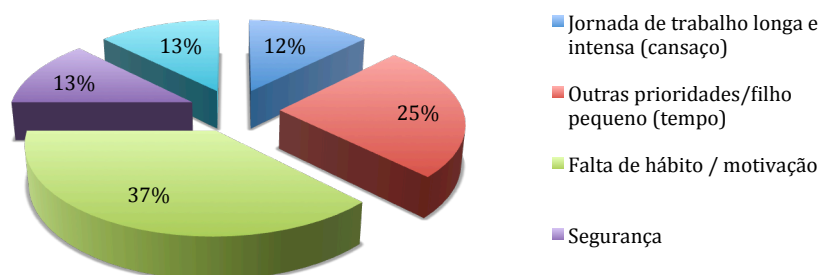
O ingresso para trabalhar em petroquímica foi considerado por 57% dos trabalhadores como causador de um reflexo positivo em seus hábitos culturais pelo fato de ter sido responsável por um aumento no poder aquisitivo destas pessoas, dando assim acesso às ofertas disponíveis. Vale salientar que os 19% que declararam um decréscimo de suas práticas decorrente do ingresso no Polo, associaram a isto o tempo que a atividade exige nos dias que compõem a jornada de trabalho¹².

Qual o maior impedimento? (para os que dizem frequentar)



¹² O funcionário que reside em Salvador leva em média 10 a 12 horas a disposição da empresa, entre o horário que ele deixa a residência até o horário que retorna.

Qual o maior impedimento? (para os que dizem NÃO frequentar)



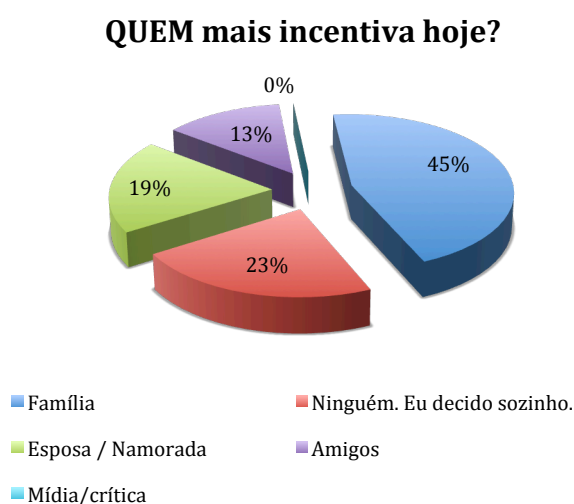
Quando perguntados sobre os reais impedimentos à frequência a atividades culturais os motivos elencados pela maioria dos entrevistados dizem respeito a questões relacionadas a falta de tempo, hábito ou motivação. 37% daqueles que disseram não frequentar equipamentos culturais na cidade onde moram, indicaram como principal impedimento a falta de hábito ou motivação. Diferente dos não-frequentadores, aqueles que disseram frequentar os equipamentos, ainda que de maneira esporádica, relacionaram a baixa frequência ao cansaço proveniente da jornada de trabalho longa e intensa (33%). Outro impecílio, declarado por 28% daqueles que se dizem frequentadores de equipamentos culturais e por 25% dos não frequentadores, foi a falta de tempo devido a dedicação à família ou a outras prioridades como os estudos ou uma segunda atividade geradora de renda.

As políticas de democratização da cultura tem grande parte de suas preocupações voltadas para questões de ordem material como preço, má distribuição ou ausência de equipamentos culturais como principais obstáculos ao consumo cultural. Observa-se a partir dos dados, que estes não são os maiores impedidores entre os trabalhadores. Má distribuição ou ausência de equipamentos culturais foi apontada apenas por 16% dos entrevistados, parcela esta que mora fora de Salvador e recorre esporadicamente à cidade principalmente para frequentar o cinema.

O preço não foi apontado por nenhum dos entrevistados, nem mesmo entre os 12% que possuem renda de 1-3 salários mínimos. O importante neste caso é perceber que a lista de fatores a serem considerados deve contemplar não apenas aqueles de ordem econômica ou da oferta mas também que há distinções de formação e de hábitos no tecido da vida quotidiana que têm grande incidência sobre as práticas culturais. (BOTELHO, 2004, p.3)

Mesmo o cansaço decorrente da jornada de trabalho longa e intensa tendo sido apontado por 30% do total de entrevistados como maior impedimento às práticas culturais,

quando estes foram questionados sobre o trabalho de turno ser limitador ou libertador para a manutenção de tais práticas, mais da metade dos trabalhadores, 55%, afirmou que o trabalho de turno é algo que os liberta. A justificativa destas pessoas parte do princípio de que o trabalho de turno cria a possibilidade de usufruir das ofertas existentes fora dos finais de semana pois as folgas são longas. No entanto 65% das respostas sobre quais seriam os melhores dias para frequentar atividades culturais recaem sobre os finais de semana (sexta-feira, sábado e domingo), coerente assim, com as respostas dos outros 40% que declararam o trabalho de turno limitador, sob a justificativa de serem privados regularmente das folgas nos finais de semana, “quando maioria das boas atrações acontecem”¹³, e quando família está disponível.



Os familiares foram apontados por 45% dos trabalhadores, que se afirmaram frequentadores de alguma atividade cultural, como maiores incentivadores às práticas atuais. Tais dados permitem inferir então que, ainda que 55% dos trabalhadores achem o trabalho de turno libertador, poucos praticam saídas fora dos finais de semana, quando dificilmente os familiares podem estar presentes, fugindo assim da realização de uma prática solitária.

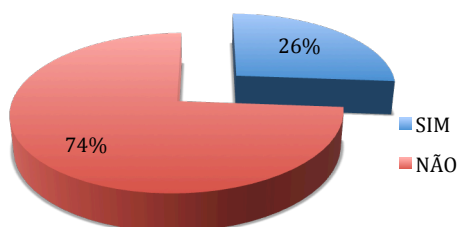
¹³ Declaração do entrevistado nº 03 em 01 set. 2011

O QUE motiva a sair para uma atividade cultural?



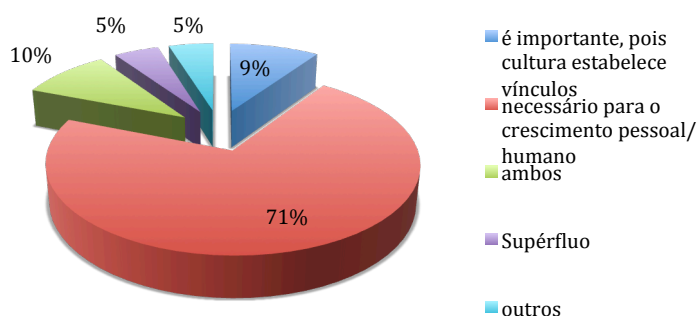
Quanto às motivações, a diversão pura e simples apareceu em 35% das respostas seguida de adquirir algum conhecimento, com 26%, esta última também associada a diversão, atrelando mais uma vez a noção de cultura ao lazer.

Teve hábitos em família?



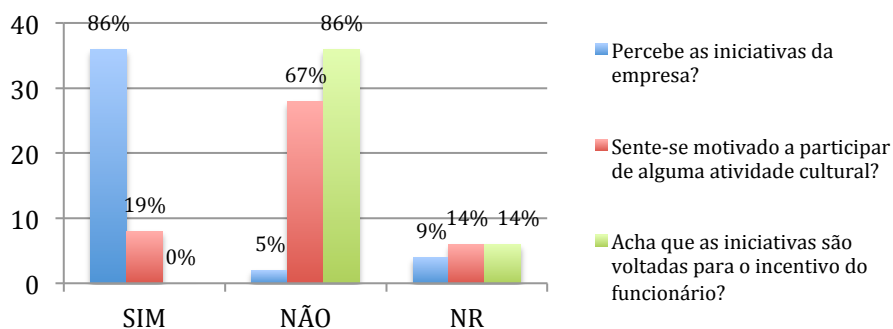
Quanto aos hábitos herdados do convívio familiar, aspecto também importante para o acesso a cultura principalmente a tradicional, apenas 26% afirmaram ter havido em família algum tipo de prática, mas sempre voltada para passeios, idas à praias e visitas a familiares. Os pais foram considerados responsáveis pelas práticas desenvolvidas hoje por apenas 10% dos entrevistados, quando estes foram questionados se conseguiriam delimitar quem ou o que teria feito seus hábitos mudarem para a condição atual. Notamos que a vida pregressa dessas pessoas é dotada, em certa medida, de um capital cultural limitado onde, na maioria dos casos, apenas a educação formal foi privilegiada. E a partir do ingresso a indústria, aumento do poder aquisitivo e partilha de valores com outras pessoas no trabalho e no convívio social é que configurou-se o quadro das atuais práticas, ainda que não muito expressivas.

O gasto com cultura



Ainda que 71% dos entrevistados considerem o gasto com cultura como um investimento necessário para o crescimento pessoal, revelando uma tendência a acreditar na ideia de cultura como conhecimento, cultivo da mente, eles também acham (88%) que a produção cultural pode vir de qualquer substrato da sociedade. E a partir deste último dado e de citações do tipo “As pessoas confundem cultura com intelecto”¹⁴ presente na fala de alguns entrevistados, não com as mesmas palavras, nos leva a crer que os trabalhadores também compartilham a ideia de que cultura se faz presente em todos os atos e gestos humanos, fruto da aprendizagem em sociedade, onde percebe-se que não é um conjunto de conhecimentos a assimilar, mas fruto de um esforço comum a todos “para compreender melhor o que se passa em volta de nós e explicar aos outros” (Lowe *apud* BOSI, 1986, p. 17).

Como percebem as iniciativas da empresa voltadas para cultura



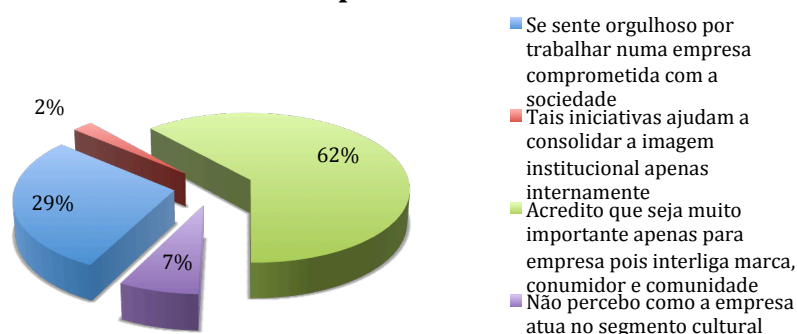
Voltando a questão de os entrevistados serem integrantes ou parceiros de uma unidade

¹⁴ Entrevistado nº 24. Em 15 out. 2011

fabril pertencente a grande companhia do ramo petroquímico com histórico de atuação no setor cultural nacional, faz-se imperativo o esforço em mapear se essas pessoas percebem as práticas da empresa tanto para o público interno quanto para o externo, quais suas opiniões a respeito e se isso de alguma maneira os influencia a buscar outras alternativas que não aquelas já de hábito consumir.

Dos entrevistados 86% afirmaram perceber as iniciativas da empresa, ainda que uma parcela considerável o faça de forma superficial. Quando questionados se a diversidade de iniciativas por parte da empresa de alguma forma influencia suas escolhas pessoais, apenas 19% afirmou que sim, que a empresa de uma certa forma é incentivadora de seus hábitos culturais, de encontro a outros 67% que afirmaram que as atividades da empresa de forma alguma os incentiva. Importante ressaltar que 86% dos entrevistados acham que as iniciativas estão sempre voltadas para o público externo e que mesmo existindo iniciativas para o público interno as mesmas são voláteis, não perduram, nem mesmo aquelas de grande adesão como atividades voltadas para a prática de esportes.¹⁵

Como se sente em relação as iniciativas da empresa

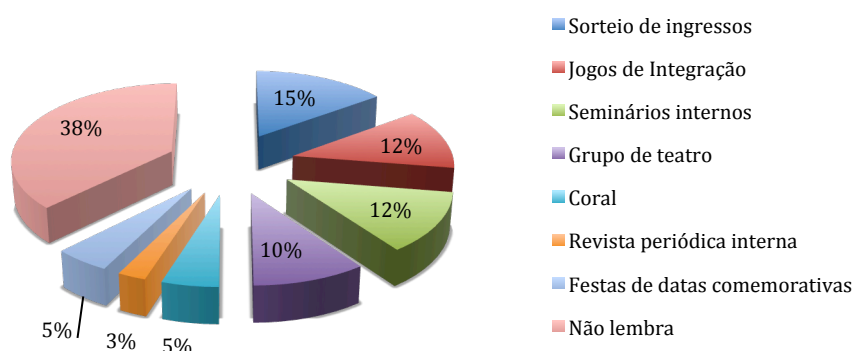


Baseados nas respostas sobre as iniciativas da empresa partimos para um aprofundamento de tais percepções realizando uma sintonia mais fina junto aos trabalhadores. Apenas 29% se disse orgulhoso por trabalhar numa empresa comprometida com a sociedade. 62% declarou que as iniciativas são muito importantes apenas para a empresa pois ela aproveita a ocasião para interligar sua marca ao consumidor e a comunidade, percentual que corrobora com aqueles que acreditam que as iniciativas não são voltadas para o público

¹⁵ Nenhum entrevistado soube precisar, por exemplo, se os jogos anuais de integração entre as diversas unidades que compõem a empresa ainda acontecem.

interno. 7% declarou não perceber de que maneira a empresa atua no seguimento cultural e os 2% restantes acreditam que tais iniciativas apenas consolidam a imagem da empresa internamente.

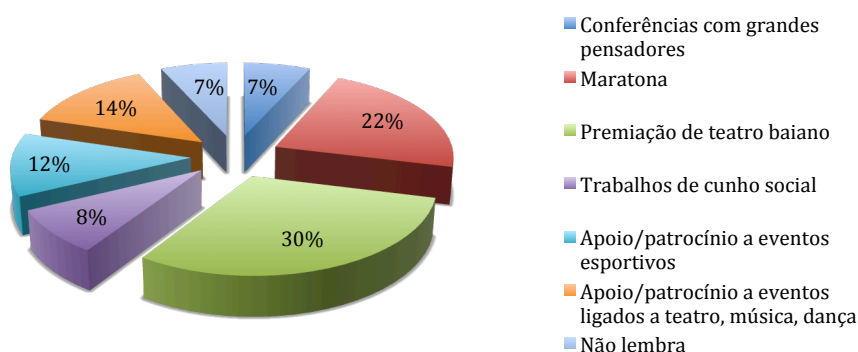
Iniciativas voltadas para o público interno



Quando convidados a recorrer às memórias para elencar algumas iniciativas culturais nas quais a empresa estivesse envolvida, no que diz respeito as iniciativas voltadas para o público interno 38% declarou não lembrar e do restante das respostas 15% contemplaram o sorteio de ingressos para espetáculos apoiados ou patrocinados pela empresa. Atividades de música e teatro que acontecem nos seminários internos e a promoção dos jogos de integração foram lembrados cada em 12% das respostas; o grupo de teatro e o coral foram apontados, respectivamente, em 10% e 5%. A publicação interna¹⁶, revista com assuntos voltados para os interesses da empresa, mas que também contempla uma seção de variedades com dicas de viagem, leitura e vídeo dadas pelos próprios integrantes foi citada apenas em 3% das respostas.

¹⁶ A revista é bimensal e cada integrante recebe um exemplar que vem identificado com seu nome.

Iniciativas voltadas para o público externo



No que tange a iniciativas voltadas para o público externo, os entrevistados afirmaram, com segurança, em 30% das respostas, que lembravam da premiação existente à produção de teatro baiano, e em 20%, da realização da maratona anual, que também privilegia o público interno, embora, “a cada ano, cada vez menos vagas sejam disponibilizadas para os integrantes”^{17, 18}. As demais iniciativas citadas, ainda que de forma imprecisa pelos entrevistados, somaram 41% das respostas e precisaram ser decifradas e agrupadas a partir de breves descrições, vagas lembranças ou apenas noções da existência de algumas iniciativas. Apenas 7% dos entrevistados declararam não se lembrar de nenhuma iniciativa.

¹⁷ Fala do entrevistado número 23. Em 15 de setembro de 2011

¹⁸ Em 2011 apenas 30 vagas foram distribuídas entre os integrantes, lotados nas unidades da Bahia, interessados em participar da maratona. Número pouco expressivo se levado em conta que a empresa hoje conta com 2.238 integrantes apenas no nordeste. Aos parceiros é vetada a participação neste tipo de evento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da pesquisa revelou um pequeno espectro da realidade cultural de operários na Grande Salvador. A totalidade de entrevistados demonstrou como as características sócio-demográficas podem ser complexas quando se fala de opções de cultura. Neste sentido, não se configuram elementos determinantes para a baixa frequência das atividades culturais. Os trabalhadores são escolarizados, destaque para 64% com nível superior, sendo que dentre estes, 64% privilegiam áreas que não são necessariamente voltadas para a indústria. Sua condição de vida permite afirmar que 36% pertencem a classe B e 19% integram a classe C, portanto com poder aquisitivo de classe média. Eles possuem localização domiciliar, ainda que distante do centro de Salvador - onde se concentram a maioria dos equipamentos culturais – mas que não foi apontada como um real empecilho para a frequência em atividades culturais, uma vez que 88% possuem carro próprio.

Ainda assim é possível inferir, a partir da vivência destes trabalhadores, que as atividades culturais tradicionais têm o mesmo peso das atividades domiciliares, e que a importância dada às atividades de lazer com uso do tempo livre e suas relações quotidianas, nos revelam uma percepção diversificada acerca do termo cultura. O tempo livre e os usos que se fazem dele, funcionam como espécie de retroalimentação, para recuperação das energias de cada um. Tais observações permitem pensar a cultura tanto no sentido antropológico como no sociológico que o termo encerra.

E ainda que não exista uma completa correspondência entre a percepção dos trabalhadores e suas reais práticas, é necessário buscar os motivos de suas escolhas. Seria precipitado concluir que isso é devido exclusivamente a inexistência de políticas públicas que os atinjam. Aliado a esse fator, no caso dos entrevistados, a simples falta de vontade ou hábito em se dedicar a determinadas atividades, leva-os a privilegiar aquelas de caráter domiciliar ou de entretenimento. Neste caso, parece que, na maioria dos casos, está ligada à ausência de transmissões familiares de práticas culturais, mas são fatores a serem considerados, pois estamos falando de trabalhadores de turno, uma característica sócio-demográfica determinante neste caso.

O consumo de atividades e produtos culturais devem ser incentivados sim, mas as condições de trabalho as quais estas pessoas estão submetidas – revezamento de turno - é um fator que deve ser levado em conta. Apesar de uma sensível maioria tê-lo qualificado como libertador para o desenvolvimento de uma prática cultural, quando analisamos mais de perto, fica evidente que o cansaço de uma jornada de trabalho e a ausência frente aos compromissos

familiares, maiores incentivadores, são fatores imperativos para a baixa frequência dessas pessoas em atividades culturais. Os períodos de folga determinam atividades de lazer e de uso do tempo livre, muitas no próprio domicílio, que possibilitam além do descanso mental, desconectado do ambiente fabril, o descanso do corpo onerado pelo regime de turno, comprovadamente prejudicial ao ritmo biológico do ser humano.

Não pretende-se aqui sugerir que o trabalhador de turno livre-se dessa condição em detrimento de uma melhor participação no contexto sócio-cultural do qual está inserido, muito menos, ingenuamente, que políticas públicas específicas para essas pessoas sejam elaboradas. Mas é válido salientar que a vida cultural do indivíduo não se faz apenas através do uso do chamado tempo livre e do dispêndio de dinheiro, mas comporta também atitudes em períodos em que o preponderante não parece ser cultural, como o tempo do trabalho, o do transporte, o de capacitação profissional, por exemplo. Conhecer estas várias faces do cotidiano é fundamental, e caminhar no sentido de compreender que condições tal ritmo impõe, quais limitações às práticas culturais, é algo importante como fator que determina o uso do tempo. Falamos isso baseados em depoimentos de alguns trabalhadores, que ao final da entrevista disseram que “esse trabalho [a pesquisa], me fez refletir sobre o caminho que estou seguindo, avaliar se de repente não consigo mudar alguma coisa”¹⁹, ou numa outra fala, “acho que nunca tinha me dado conta de como nosso ritmo de trabalho influencia nossas escolhas culturais”.

O consumo de atividades e produtos culturais, para tornar-se um hábito, precisa ser instigado. A família aparece como principal motivadora às práticas culturais, apontada por 45% dos entrevistados, seguidos de 23% que afirmaram sempre partir para atividades baseados em escolhas próprias. Vale lembrar que os profissionais de crítica ou jornalistas não foram considerados incentivadores por nenhum dos entrevistados. A empresa para qual trabalham ou prestam serviço, apenas foi apontada como motivadora por 19% dos entrevistados. Sobre isso é importante ressaltar que 62% compartilham da opinião de que as iniciativas da empresa, voltadas para o público interno, estão muito aquém de suas reais possibilidades.

A atuação da Companhia em questão, no setor cultural, através de apoios, patrocínios e elaboração de programas, é percebida por 86% dos entrevistados. Ainda que estes não consigam falar com propriedade das atividades as quais ela esteve ou está envolvida. Os eventos mais citados se resumiram àqueles veiculados pela grande mídia nacional. O quadro

¹⁹ Falas dos entrevistados de nº 38, em 26 set. 2011 e nº 04, em 01 set. 2011, respectivamente.

se agrava quando suscitados a falar sobre as iniciativas voltadas para o público interno da empresa. Apesar de várias iniciativas já terem sido colocadas em prática, muitas foram descontinuadas. É importante salientar que pesquisas que englobam a aceitação ou não, sugestões e anseios dos funcionários e terceiros nunca aconteceram. Restam apenas iniciativas frágeis, como a seção de variedades em revista de circulação interna ou eventos internos. Neles os integrantes e parceiros, convidados a participar de alguns programas da empresa, fazem apresentações musicais e teatrais sempre voltadas para temas relacionados a qualidade, saúde, segurança ou meio ambiente, bastante recorrentes no ambiente petroquímico.

A empresa, de acordo com o seu Relatório Anual 2010, disponibilizado para toda a sociedade, busca contribuir para a sustentabilidade das regiões onde atua. Isto se dá através de contribuições no âmbito social, ambiental, econômico, político e cultural. Neste último, propõe-se a respeitar a diversidade étnica e cultural, com o apoio para iniciativas de expressão artística e preservação da memória cultural. Sendo assim, ainda que existam iniciativas internas, que de uma maneira ou de outra acabam estimulando seus integrantes e parceiros a participarem, este resultado não parece fazer parte de nenhuma das estratégias da empresa.

A empresa, como um local onde os trabalhadores passam grande parte do tempo, pode dispor de mecanismos para conhecer os anseios e expectativas de seus funcionários e parceiros além de envolvê-los de forma mais efetiva nas iniciativas das quais participa. Afinal de contas, a iniciativa privada também pode ser fomentadora de políticas públicas articuladas ou não ao poder público. É importante também o esforço de cada trabalhador no sentido de motivar-se a participar daquilo que seu entorno oferece. Tal iniciativa já caracteriza-se como um grande passo. Trata-se de uma via de mão dupla, tanto das políticas em conhecer as condições nas quais os indivíduos estão inseridos, como destes em terem consciência de suas limitações, para então suplantá-las.

Inúmeras são as ponderações que precisam ser levadas em conta quando colocamos em jogo a elaboração e implantação de políticas públicas voltadas para cultura e de seus efeitos em ambientes sociais democráticos. Dessa forma, mapear aquilo que diz respeito à produção como também à recepção é de suma importância, justificando assim a realização de pesquisas de público que consigam apontar para os empecilhos e desejos daqueles que compõem as demandas de segmentos específicos da sociedade. É justamente o que buscou este trabalho, uma tentativa de delinear mais um entre tantos outros extratos da sociedade para, através de suas percepções e perspectivas, fornecer subsídios para o planejamento de uma política cultural.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Frederico. O consumo cultural das famílias brasileiras. In: BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto de Pesquisas Econômicas. Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento. Brasília: Ministério da Cultura, 2007, p. 17-56. (Cadernos de Políticas Culturais, v. 3).

BARROS, J. Márcio. A diversidade cultural, o identitário, o popular e o tradicional. In: Catálogo Culturas Populares e Identitárias da Bahia 2010. Publicação editada pela Assessoria de Comunicação da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. Disponível em: <<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/catalogo-culturas-populares-e-identitarias-da-bahia/>> Acesso em: 02 nov. 2011

BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular: Leituras operárias. 6 ed. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1972.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. Vol. 15, no 2. São Paulo: Perspectiva, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 02 out. 2011.

BOTELHO, Isaura; FIORE, Maurício. O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo. Relatório da Primeira Etapa da Pesquisa. Centro de Estudos da Metrópole – CEBRAP. Abril de 2005.

BRASIL. Ministério da Cultura. Plano Nacional de Cultura: diretrizes gerais. 1a ed. Brasília, 2007.

CALABRE, Lia. Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas. Trabalho apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br>>. Acesso em: 02 nov. 2011.

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e Cidadão: conflitos multiculturais da globalização. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.

CARVALHO, Cristina Amélia. O estado e a participação conquistada no campo das políticas públicas para a cultura no Brasil. In: Políticas culturais : reflexões e ações / organização de Lia Calabre. – São Paulo : Itaú Cultural ; Rio de Janeiro : Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo: Fapesp / Iluminuras, 1997.

FERREIRA, Marcelo C. Consumo cultural e espaços sociais: os vestibulandos das universidades públicas na cidade do Rio de Janeiro, 1990. Opinião Pública, Campinas, vol. IX, no 1, pp. 170-189, 2003.

FORJAZ, Maria Cecília S., 1988. Lazer e consumo cultural das elites. Disponível em: <<http://www.anpocs.org.br/>> Acesso em: nov. 2011

GOMES, Rui Telmo. A distinção banalizada? Perfis sociais dos públicos da cultura. In: SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (org). Públicos da Cultura. Lisboa, Observatório das

Actividades Culturais, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 7 ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

_____. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Texto publicado no capítulo 5 do livro *Media and Cultural Regulation*, organizado por Kenneth Thompson e editado na Inglaterra em 1997. Publicado em *Educação & Realidade* com a autorização do autor. **Tradução e revisão de Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa**.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa de Informações básicas Municipais. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

IPEA. O Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS) 2010. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/101117_sips_cultura.pdf>

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **Equipamentos culturais de Salvador: públicos, políticas e mercados**. Texto apresentado no V Enlepicc - Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 11 de novembro de 2005, Faculdade Social da Bahia, Salvador/BA. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br>> Acesso em: 25 out. 2011.

ORTIZ, Renato (org.). Bourdieu – Sociologia. São Paulo: Ática, 1983. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais entre o possível e o impossível. Anais do II ENECULT, Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CD-Rom – texto completo). CULT/FACOM/UFBA 03 a 05 de maio de 2006, Salvador/BA.

SOUZA, Jessé. Os Batalhadores Brasileiros: Nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte: UFMG, 2010

WILLIAMS, Raymond. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. Tradução Sandra Gardini Vasconcelos. São Paulo: Boitempo, 2007.

<www.coficpolo.com.br/> Acesso em: nov. 2011

<www.abiquim.org.br/> Acesso em: nov. 2011

<www.camacari.ba.gov.br/> Acesso em: nov. 2011

<www.portal.mte.gov.br/> Acesso em: nov. 2011

6. APÊNDICE

Figura 1:

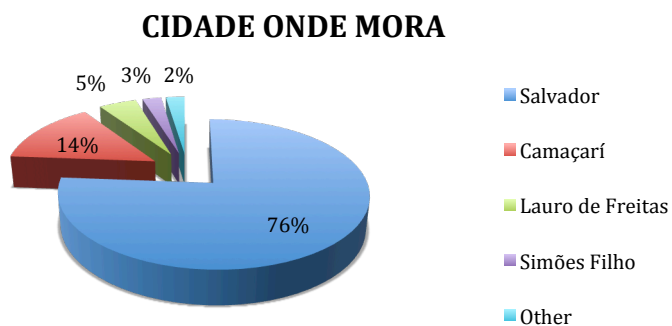


Figura 2:

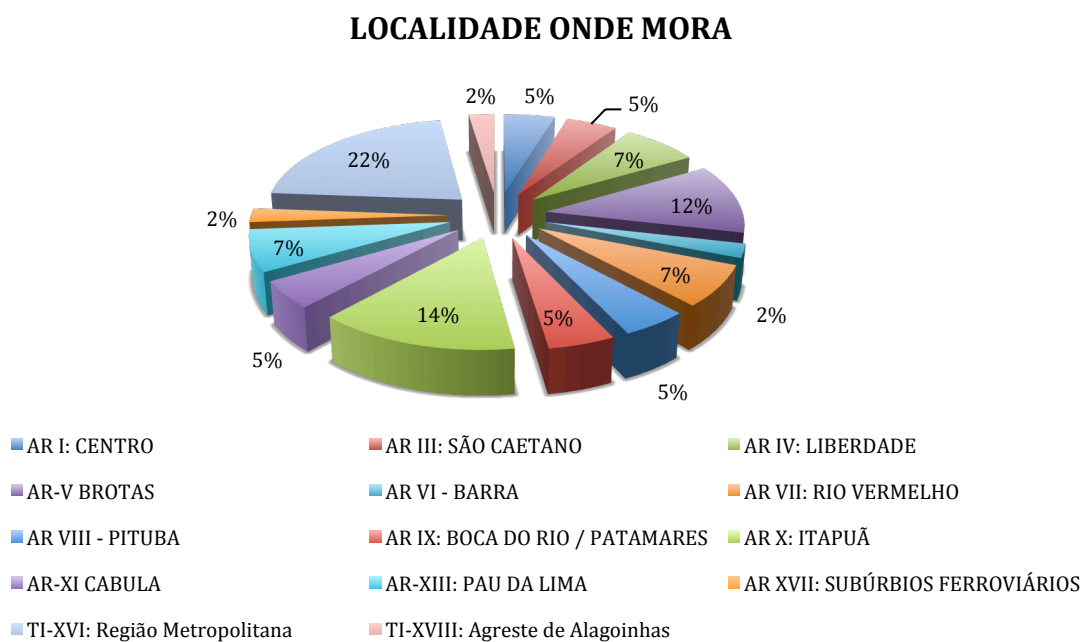


Figura 3:

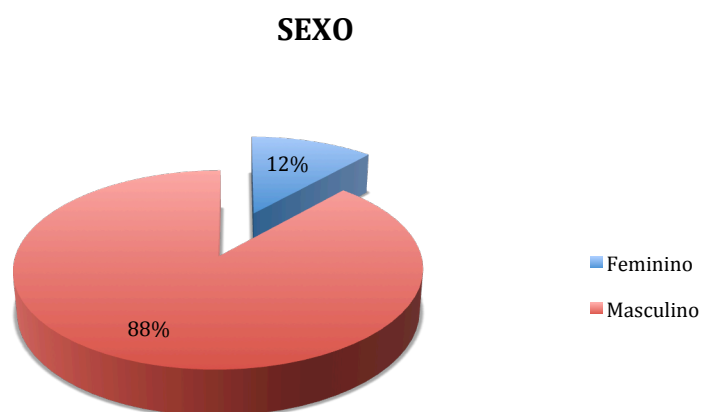


Figura 4:

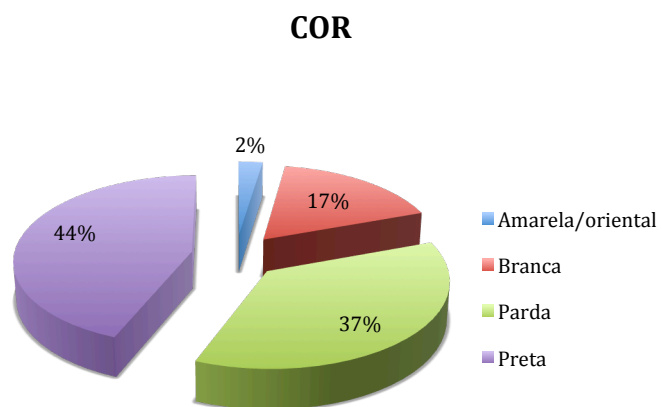


Figura 5:

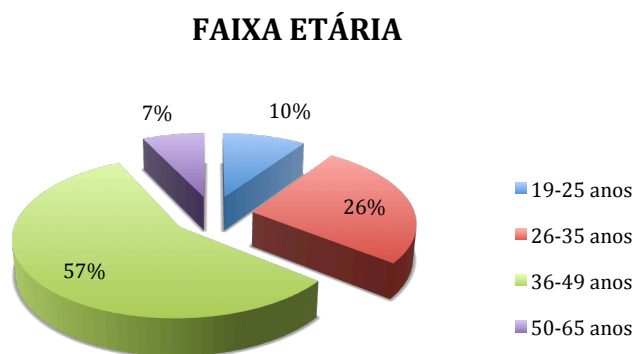


Figura 6:

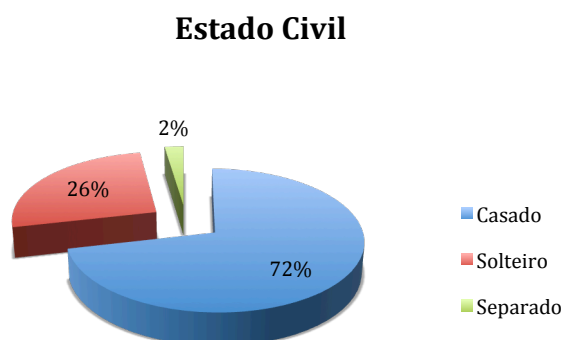


Figura 7:

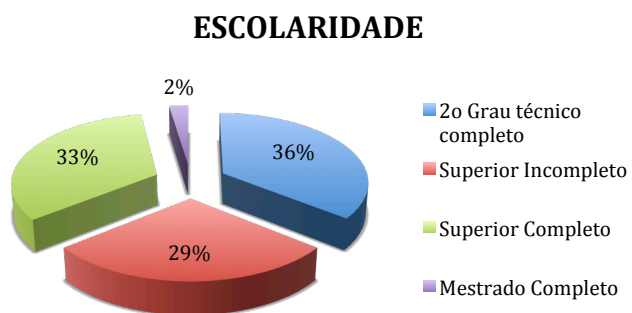


Figura 8

Daqueles que deram continuidade aos estudos

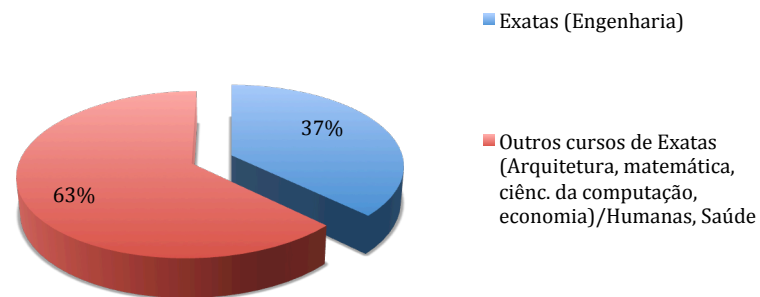


Figura 9:

Vínculo com a empresa

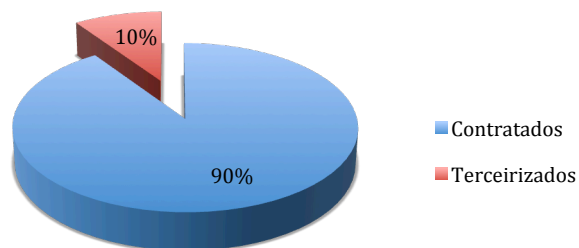


Figura 10:

Há quantos anos trabalha em petroquímica

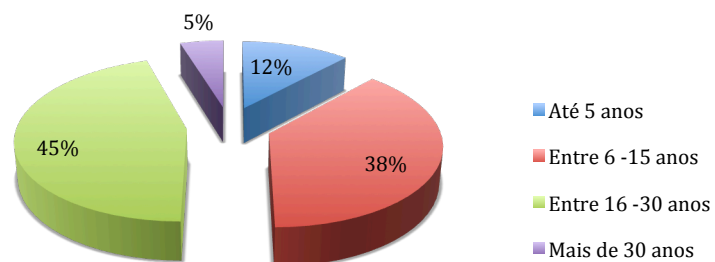


Figura 11:

Costuma frequentar os equipamentos culturais da cidade?

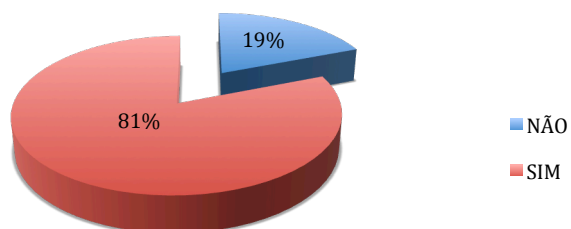


Figura 12:

Salário

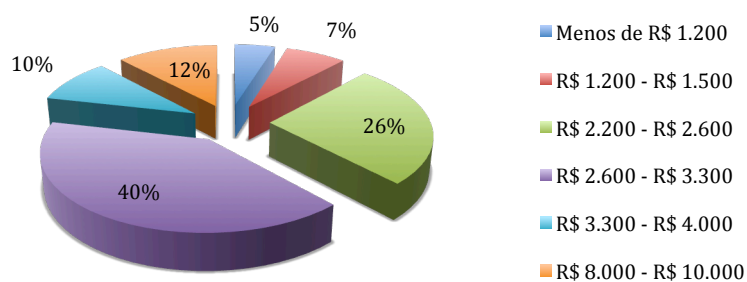


Figura 13:

Práticas nas horas de lazer legitimadas socialmente como culturais

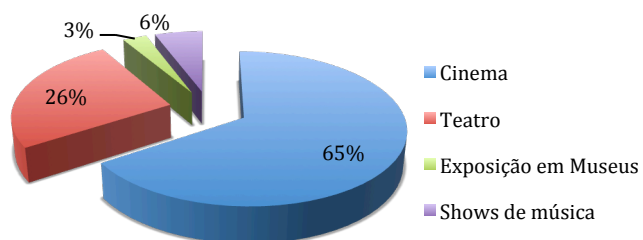


Figura 14:

Práticas nas horas de lazer relacionadas à noção de divertimento

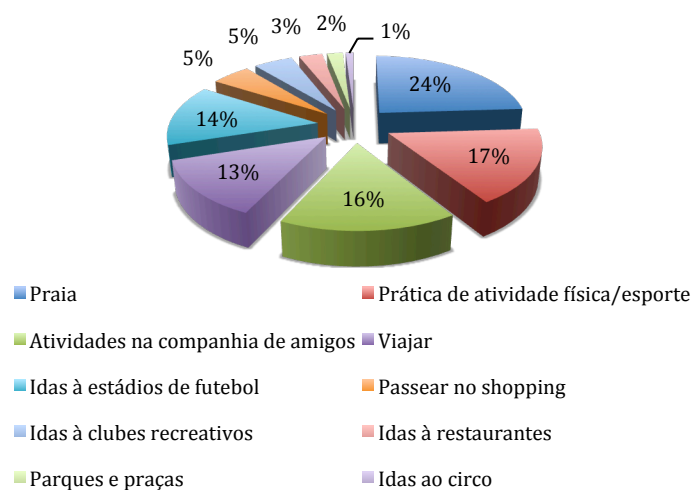


Figura 15:

Práticas Domiciliares

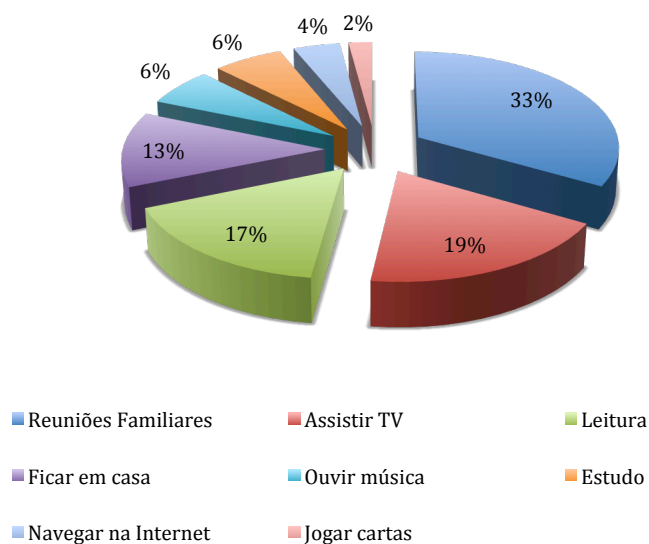


Figura 16:

Qual o melhor dia para frequentar equipamentos culturais?

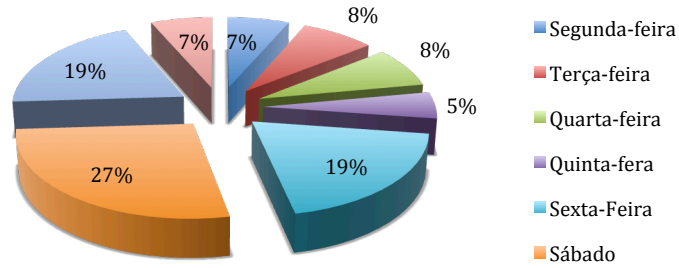


Figura 17:

Frequência nos últimos 12 meses

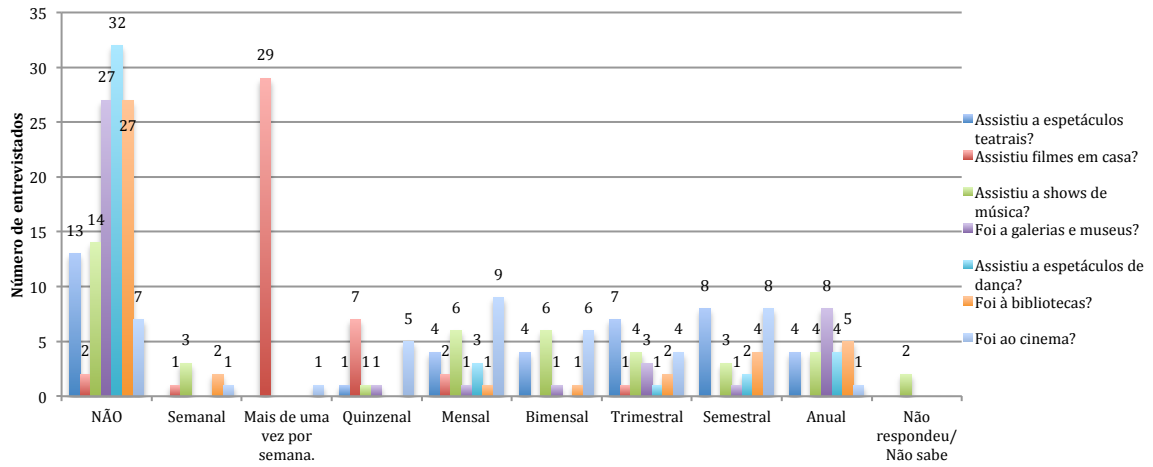


Figura 18:

Leu livros nos últimos 12 meses?

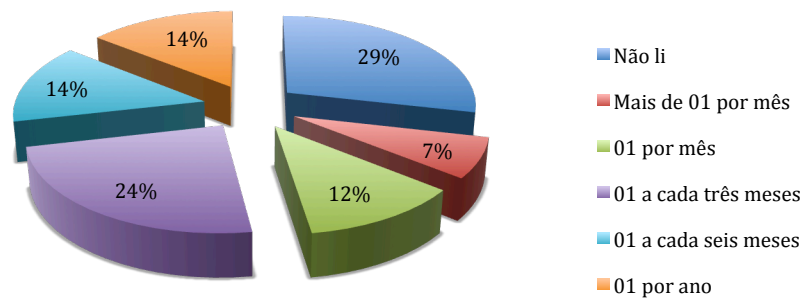
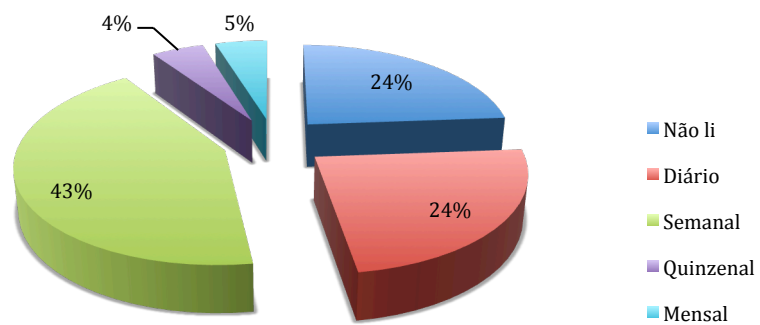


Figura 19:

Leu jornal nos últimos 12 meses?



QUESTIONÁRIO

1- Cidade onde Reside

- Salvador Dias D'ávila Simões Filho
 Camaçari Lauro de Freitas Outro:

2- Bairro:

3- Idade:

4- Sexo:

- Feminino Masculino

5- Você se considera de que Raça/Cor?

- Amarela/oriental Indígena Preta
 Branca Parda Outro:

6- Estado civil:

7- Possui filhos?

- Sim Não

8- Quantos filhos? (Os números são para marcar a quantidade de filhos criança, adolescente e adulto)

	1	2	3	4	5
Crianças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adolescentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9- Escolaridade:

10- Que curso foi necessário para ingressar em petroquímica? Quais os cursos em andamento? Pretende voltar ou continuar estudando?

11- Você estuda ou gostaria de continuar estudando para:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="radio"/> Mudar de posição social | <input type="radio"/> Compreender melhor o mundo em que vive | <input type="radio"/> Satisfação Pessoal |
| <input type="radio"/> Ganhar mais dinheiro | <input type="radio"/> Sempre adquirir conhecimento | <input type="radio"/> Satisfação Profissional |
| | | <input type="radio"/> NA |
| | | <input type="radio"/> Outro: <input type="text"/> |

12- Nesta empresa você é:

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Contratado | <input type="radio"/> Terceirizado | <input type="radio"/> Outro: <input type="text"/> |
|----------------------------------|------------------------------------|---|

13- Qual o seu cargo?

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="radio"/> Op. Junior | <input type="radio"/> An. Junior | <input type="radio"/> Operador de empilhadeira |
| <input type="radio"/> Op. Pleno | <input type="radio"/> An. Pleno | <input type="radio"/> Auxiliar de embalagem |
| <input type="radio"/> Op. Senior | <input type="radio"/> An. Senior | <input type="radio"/> Outro: <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Op. Especialista | <input type="radio"/> Líder de ensaque | |
| <input type="radio"/> ROI | <input type="radio"/> Operador de ensaque | |

14- Há quantos anos trabalha em petroquímica?

15- O que você prefere fazer nas horas de lazer? (Relate o quanto desejar: Pode ser atividades em casa, fora de casa, acompanhado de família, filhos, amigos, etc, ou até mesmo sozinho.)

16- Você já se dedicou a alguma atividade artístico-cultural? Quais? (Cantar, dançar, teatro, tocar instrumento, artes plásticas, etc)

17- Qual/Quais dos itens abaixo você considera que faz parte da cultura?

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cinema | <input type="checkbox"/> Teatro | <input type="checkbox"/> Dança |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|

- | | | |
|---|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Circo | <input type="checkbox"/> Música | <input type="checkbox"/> Mídias digitais |
| <input type="checkbox"/> Religião | <input type="checkbox"/> Esportes | (Internet) |
| <input type="checkbox"/> Tradições familiares | <input type="checkbox"/> Televisão | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
| | <input type="checkbox"/> Artesanato | |

18- Você costuma acessar a Internet?

- Sim Não

19- Quantas horas em média por dia?

20- Onde você costuma acessar Internet? Múltiplas respostas

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Casa | <input type="checkbox"/> Trabalho |
| <input type="checkbox"/> Escola | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Lan House | |

21- Você costuma assistir televisão?

- Sim Não

22- Quantas horas em média por dia?

23- Quais os programas ou canais prediletos?

24- Você costuma frequentar os equipamentos culturais de sua cidade? (Entenda como equipamentos culturais: teatros, museus, bibliotecas, praças, parques, cinemas, etc. Todo espaço destinado à manifestações culturais.)

- Sim Não

25- Você costuma frequentar os equipamentos culturais de sua cidade?.

- Sim Não

26- Quais?

27- Qual o maior impedimento para frequentar ou aumentar a frequência aos equipamentos culturais?

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="radio"/> Preço | <input type="radio"/> Segurança | <input type="radio"/> Religião |
| <input type="radio"/> Programação | <input type="radio"/> Jornada de trabalho longa e intensa (cansaço) | <input type="radio"/> Outro: <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Infraestrutura | | |

28- Qual/quais os melhores dias para frequentar equipamentos culturais?

- | | | |
|--|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Segunda-feira | <input type="checkbox"/> Sexta-Feira | <input type="checkbox"/> Não respondeu / Não sabe |
| <input type="checkbox"/> Terça-feira | <input type="checkbox"/> Sábado | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Quarta-feira | <input type="checkbox"/> Domingo | |
| <input type="checkbox"/> Quinta-feira | | |

29- Qual o melhor horário para assistir/visitar equipamentos culturais?

30- O QUE mais o motiva quando você decide sair para uma atividade cultural?

31- QUEM mais o incentiva a sair de casa para uma atividade cultural?

- | | | |
|---|-------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Ninguém. Eu decido sozinho. | <input type="radio"/> Amigos | <input type="radio"/> Não sabe/ não respondeu |
| <input type="radio"/> Família | <input type="radio"/> Mídia/crítica | <input type="radio"/> Outro: <input type="text"/> |

32- COMO você se informa das atividades culturais que acontecem na cidade em que você mora?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Internet (sites de jornais ou instituições ligadas à cultura, informativos via e-mails) | <input type="checkbox"/> Jornais impressos | <input type="checkbox"/> Não sabe/ não respondeu |
| | <input type="checkbox"/> Guias Culturais | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
| | <input type="checkbox"/> Não costuma buscar esse tipo de informações | |

CONSIDERANDO OS ÚLTIMOS 12 MESES, COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ:

33- Assistiu a espetáculos teatrais? Não assisti.

34- Assistiu a shows de música? Não assisti.

35- Assistiu a espetáculos de dança? Não assisti.

36- Foi ao cinema? Não fui

37- Assistiu a filmes em casa? Não assisti

38- Foi a galerias / museus? Não fui

39- Foi a bibliotecas? Não fui

40- Leu livros? Não li

41- Leu jornal? Não li

42- Seus hábitos culturais atuais sempre fizeram parte de sua vida antes de ingressar para trabalhar na indústria petroquímica? Houve mudança? Melhorou ou piorou? Por quê? (Falar um pouco da vida pregressa, inclusive dos hábitos em família.)

43- No que diz respeito ao seu consumo cultural, trabalhar em regime de revezamento de turno é um fator limitador ou libertador? Por quê?

44- Em sua opinião, gasto com cultura é algo:

Supérfluo

Que estabelece vínculos

Necessário para o crescimento pessoal / humano

Outro:

45- No que diz respeito a produção cultural, você acha que ela:

- Pode vir de qualquer substrato da sociedade
- Precisa vir de pessoas que possuem propriedade no assunto

46- Qual a sua percepção em relação às iniciativas de apoio a eventos e atividades culturais por parte da empresa?

- Se sente orgulhoso por trabalhar numa empresa comprometida com a sociedade
- Tais iniciativas ajudam a consolidar a imagem institucional apenas internamente
- Acredito que seja muito importante apenas para empresa, pois interliga marca, consumidor e comunidade
- Não percebo como a empresa atua no segmento cultural
- Outro:

47- Você poderia citar alguns eventos, atividades ou iniciativas na área cultural voltadas para o público interno assim como para o público externo, por parte da empresa? Você se sente motivado em realizar alguma atividade quando percebe que a empresa está envolvida? Em sua opinião, as ações da empresa são suficientes ou poderiam melhorar?