



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

GERAÇÃO FAZEDORES: O trabalho na Indústria Criativa do Distrito federal

Alice Roberte de Oliveira¹

Resumo: Através de entrevistas em profundidade em espaços de coworking, a pesquisa investiga o microcosmo de jovens empreendedores criativos para compreender valores, práticas e relações simbólicas que perpassam identidades no espaço urbano do Distrito Federal.

Palavras-chave: Economia criativa; trabalho; identidade; Distrito Federal.

A indústria criativa é caracterizada como um dos setores mais dinâmicos da economia mundial. Nela vigora um regime de trabalho que utiliza talento e criatividade para a produção de bens simbólicos, seduzindo principalmente os jovens pela ideia de "fazerem o que amam". Ao observar um recorte socioeconômico (de camadas médias urbanas), educacional e geracional deste fenômeno, a pesquisa se organiza em três eixos: 1) a cidade, enquanto território geográfico e simbólico, que é constitutiva e constitui o modo de vida do *corpus* da pesquisa e que possibilita a realização de projetos de vida; 2) a juventude, enquanto um valor relacional e central para a configuração de um ethos de trabalho; 3) a economia criativa, enquanto ecossistema de produção e de consumo no qual empreendedores criativos expressam identidades através do trabalho.

O objetivo desta pesquisa é analisar o microcosmo de jovens empreendedores para compreender valores, práticas e relações simbólicas que perpassam identidades no espaço urbano. A reflexão se organiza a partir das relações entre trabalho, estilo de vida e consumo na economia criativa local; as conexões deste grupo com as políticas do *New Labor* global e o descolamento com a realidade dos trabalhadores brasileiros; bem como as ambiguidades e a conveniência do discurso criativo, tanto para instituições, como para os próprios fazedores. Para isso, considero o objeto em sua *totalidade* (MAUSS, 2003), situado em uma rede de relações, mas sem a pretensão de dar conta de toda complexidade.

Assumo a natureza interdisciplinar da comunicação e empresto das ciências sociais mais gerais as teorias e metodologias para empreender esta pesquisa. Os espaços de

¹Mestranda do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM/UNB), orientanda da Profa Fernanda Martinelli. E-mail: aliceroberte@gmail.com.



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

*coworkings*² foram eleitos enquanto campo de pesquisa por reunirem uma variedade de indústrias da economia criativa. Adoto a entrevista em profundidade com trabalhadores destes espaços por esta permitir o acesso às visões de mundo do grupo social (MCCRACKEN, 1988). Por ser um universo comum à pesquisadora, a investigação exige um constante exercício de *estranhamento do familiar*, isto é, de confronto intelectual com os mapas e códigos com os quais fui socializada (VELHO, 1978).

Recorro à Park (1987), Ribeiro (2008), Holston (2010) para pensar as particularidades de Brasília e discutir a economia criativa enquanto um fenômeno urbano. Velho (1994) embasa a discussão sobre projeto de vida e campo de possibilidades dos empreendedores criativos. McRobbie (2002) e Florida (2012) iluminam a reflexão sobre trabalho, identidade e estilos de vida.

Ao final, espero compreender de que forma os jovens operam em um campo de possibilidades para viabilizar a economia criativa enquanto um projeto de vida. E também entender em que medida a cidade serve à realização de um projeto para estes jovens empreendedores criativos. Até o momento foi possível perceber que ser "criativo" em Brasília implica, em alguma medida, o rompimento com o projeto de vida do funcionalismo público. Este rompimento, no entanto, é parcial, momentâneo e simbólico, uma vez que a sustentabilidade da economia criativa está relacionada aos equipamentos, financiamentos e políticas governamentais, além da herança familiar dos próprios funcionários públicos.

Referências

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class Revisited**. Basic Books, 2012.

HOLSTON, James. **A cidade modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia**. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

MCCRACKEN, Grant. **The long interview**. Califórnia: Sage Publications, Quantitative Research Methods, Vol. 13, 1988.

MCRROBBIE, Angela. **From Holloway to Hollywood: Happiness at work in the new cultural economy?** In: DU GAY, Paul; PRYKE, Michael. *Cultural Economy*. Londres: Sage Publications, 2002.

² Ambientes de trabalho compartilhados entre profissionais autônomos e empresas.



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

PARK, Robert. **A Cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio ambiente.** In: VELHO, Otavio. O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **O capital da esperança: a experiência dos trabalhadores na construção de Brasília.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008.

VELHO, Gilberto. **Observando o familiar.** In: A aventura sociológica. Nunes, Edson de oliveira (org.). Rio de Janeiro, Zahar Editores. 1978.

_____. **Projeto e metamorfose: antropologia das cidades complexas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1994.