

# V ENECULT

QUINTO ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura

27 a 29 de maio de 2009

Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

## **PROGRAMA CULTURA VIVA: A POLÍTICA CULTURAL COMO POLÍTICA SOCIAL? ELEMENTOS DE ANÁLISE DOS FUNDOS PÚBLICOS E DO DIREITO À PRODUÇÃO DA CULTURA.**

João Luiz Pereira Domingues<sup>1</sup>  
Victor Neves de Souza<sup>2</sup>

### **Resumo**

A pesquisa investigou o Programa Cultura Viva, lançado pela gestão de Gilberto Gil à frente do Ministério da Cultura do Brasil, segundo uma análise que se expressa nos sistemas de conexões políticas e econômicas. Para tanto, este recorte foi trabalhado tendo em perspectiva a função dos fundos públicos na ativação das cadeias produtivas da cultura. Pretendeu-se assim, analisar como o modelo de gestão se estabelece quanto à participação plural na produção da cultura e na efetivação da democracia. Na tentativa de não parecer dicotômico e simplificador, procuramos ponderar se essas medidas são de fato democráticas ou apenas compensatórias.

Palavras-chave: políticas culturais, políticas públicas, democracia, classes populares, intelectuais.

### **1. Introdução**

No dia 06 de julho de 2004, o Ministério da Cultura (MinC), por meio da portaria nº 156, criou o Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva. Trata-se, como esperamos sublinhar, da iniciativa mais importante encetada pelo Ministério na gestão de Gilberto Gil - sendo, vale ressaltar, apontada enquanto tal pelo próprio MinC, tanto em documentos como no discurso de membros do governo.

Podemos dizer, em linhas muito gerais, que o Programa se destina basicamente a fomentar as manifestações culturais da sociedade promovidas por agentes que não têm acesso, ou o têm de maneira entendida como deficiente, ao mercado cultural - seja no momento da produção, seja no da difusão do que foi produzido, seja no do consumo de bens culturais considerado necessário ao próprio estabelecimento de canais entre estas práticas e o conjunto de manifestações no campo da cultura.

O programa em questão se apresenta como uma ação pública com vistas à reorganização do trabalho cultural, compreendendo que as dinâmicas simbólicas produzidas pelas classes populares não são apenas portadoras de identidades, valores e significados diferenciados, mas essenciais para a constituição de uma economia da cultura diversificada, onde atividades, bens e serviços econômicos sejam distribuídos

---

<sup>1</sup> Mestre em Políticas Públicas e Formação Humana - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutorando em Planejamento Urbano e Regional - Universidade Federal do Rio de Janeiro. email: joaodomingues@terra.com.br.

<sup>2</sup> Bacharel em Música, habilitação Composição - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestrando em Serviço Social - Universidade Federal do Rio de Janeiro. email: victornsouza@gmail.com.

e acessados de forma plural. Para o arranjo entre as políticas sociais e as políticas culturais, efetuaremos um recorte mais vertical sobre uma face específica do Programa, tratando do tema da cultura e sua viabilização em redes solidárias de produção da cultura.

Neste sentido, recentes mudanças importantes nas políticas culturais no Brasil têm sido motivadas pelo argumento de que quanto mais as classes populares estiverem presentes na produção e na comercialização de seus bens simbólicos, mais a cultura servirá para alcançar melhores e diferentes resultados no desempenho da economia e para diminuir as desiguais relações entre as classes. Em nosso processo de pesquisa, temos nos defrontado reiteradamente com a indagação de se isso é mesmo assim, e pretendemos discutir, ainda que de forma inicial, a questão ao longo deste artigo.

Podemos apresentar, de início, alguns elementos e contradições essenciais que pontuarão nosso trabalho. A centralidade do Estado brasileiro na formulação das políticas culturais; a vinculação entre a produção da cultura em seus diversos ramos e o sistema de financiamento público (e, portanto, das relações políticas e sociais que operam sob sua administração); as relações estabelecidas, ainda que timidamente, entre as políticas sociais e as políticas culturais - notadamente em um governo em que parte expressiva da própria política social se dá seguindo o modelo de repasses de fundos públicos a atores sociais de pequeno porte.

## **2. O trabalho cultural no Brasil. Fontes de financiamento.**

Conquanto à realização da economia da cultura, a especificidade histórico-social do trabalho cultural no Brasil tem demandado a presença majoritária de fontes de financiamento públicos. Relaciona-se a isso a centralidade que o Estado brasileiro tem para a efetivação de um programa de economia e produção da cultura, centralidade esta cujas gênese e consolidação ainda nos parecem demandar mais estudos para que tenhamos apreendidos os diversos vetores que a determinam historicamente.

À forma como trataremos o assunto, pelo menos uma tese de fundo precisa ser chamada para auxiliar esta discussão. Francisco de Oliveira (1998) dirá que os fundos públicos são apropriados como um complemento ao salário-real - na forma de salário indireto, no qual o financiamento da reprodução da força de trabalho se faz por meio dos gastos sociais. Para Oliveira, a função destes fundos é socializar parte dos custos de produção do capital, ao excluir serviços essenciais à reprodução da força de trabalho. O quadro descrito por Oliveira acena com o deslocamento de parte da luta de classes para o controle da direção a se dar a estes fundos, e inaugurará o sentido estrutural do Estado como um gestor destes fundos.

Desta feita, a importância do setor público no financiamento da cultura se justifica de diversas maneiras. Num país extremamente heterogêneo como o Brasil, com

baixo crescimento econômico nas últimas décadas, estes fundos têm um papel central para a efetivação material da pluralidade cultural, na criação de postos de trabalho e no crescimento da participação da cultura no desenvolvimento econômico do país – a depender, é claro, da orientação política que organiza sua aplicação.

Na década de 90, com o fortalecimento paulatino do mecanismo de isenção fiscal - em especial a Lei Rouanet - como o principal meio de financiamento da política cultural em nosso país (situação em que os grandes produtores atuantes no mercado se tornariam o mais importante público-alvo da política ministerial, com capacidade de mobilizar recursos para apresentar projetos aparentemente interessantes aos setores de marketing das grandes empresas, e, assim, garantir recursos públicos para suas produções), certa distorção sempre presente em nossa política cultural ganhou nova roupagem: trata-se do privilégio, no acesso aos recursos públicos para a área da cultura, a pequenos grupos (Dória, 2004). É este o momento onde há uma radicalização da relação entre indústria, mercado e cultura, com a proliferação das leis de renúncia fiscal por municípios e estados, de forma a criar uma relação clientelista entre as empresas públicas e privadas e parcela de produtores culturais, onde o consenso sobre as políticas culturais se produzia através da participação individual no consumo dos bens culturais produzidos.

A Lei Rouanet é promovida pelo Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que é a base de toda política de incentivos praticada hoje no Brasil. O sistema de financiamento federal à cultura, segundo os princípios estabelecidos no PRONAC, se dá especialmente por dois aportes: os recursos a que o Estado renuncia por meio das leis de incentivo, que se somam ao financiamento privado complementar; e os recursos orçamentários, em especial o Fundo Nacional de Cultura (FNC).

O aporte de recurso públicos das leis de incentivo tinham como objetivo o aquecimento do mercado cultural e a ampliação dos recursos empresariais privados. O FNC seria um condutor para as ações de mérito cultural que não encontrassem “lugar no mercado”. O objetivo principal da criação destes recursos foi “favorecer projetos que atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos sócio-culturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios” (Brasil, 1991).

Até as mudanças nos valores de dedução na Lei nº 8.313/91, estes dois fundos eram afeitos a dois princípios que, se não apresentaram modelos de gestão organizados a partir de regras públicas e com controle da sociedade civil em sua co-gestão, detinham ao menos uma perspectiva de complementaridade. Mas, ao subverter a lógica que combinava recursos públicos e privados no financiamento cultural, lançando descontos integrais na renúncia fiscal, o Estado brasileiro criou uma organização social da atividade produtiva que, vinculada à lógica empresarial, manteve as bases de uma clientela fixa de trabalhadores especializados em marketing cultural (Barbalho, 2005). Para a condução eficaz de uma gestão dos fundos públicos que apontam para o crescimento do setor da cultura, “o apoio a projetos via leis de incentivo deveria significar que o incentivador coloca recursos próprios adicionais, aliás, esse é o objetivo dessas leis. Quer dizer, a renúncia fiscal não deveria ser integral, mas o poder público brasileiro abriu essa possibilidade” (Barbosa da Silva, 2007: 175).

Nossa hipótese, formulada na perspectiva do multiculturalismo, é que as estruturas do financiamento federal à cultura acabaram por reproduzir até então uma incorporação subordinada e hierarquizada das classes populares a bens e serviços públicos de cultura, contribuindo para limitar o número de protagonistas do universo sociocultural das cidades.

Como contraponto a este processo, o Cultura Viva acena com uma nova engenharia de transferência de recursos públicos, oferecendo ainda meios de produção e disseminação da cultura como forma de criar condições para mobilidades sociais e políticas numa sociedade em que as possibilidades de produção da cultura são limitadas e concentradas em pequenos grupos. Uma das maneiras através das quais se tem dado esta distribuição é mediante repasses de recursos, vinculados ao Fundo Nacional de Cultura, aos projetos apresentados por organizações da sociedade civil - sendo estas consideradas iniciativas culturais de pequeno porte, chamadas Pontos de Cultura, reconhecidas como tal e estimuladas pelo Estado brasileiro através do MinC. No Programa Cultura Viva, este repasse gira em torno de R\$ 180 mil, divididos em cinco parcelas semestrais, para investimento conforme projeto apresentado, e da transferência de produção e disseminação digital, a ser selecionado mediante Edital emitido pelo MinC.

Para nossa pesquisa, partimos da avaliação de que o Fundo Nacional de Cultura apresenta dois comportamentos distintos nas gestões de Weffort e Gilberto Gil: entre 1995 e 2002, a tendência a ser trabalhado como sobra orçamentária, pela discrepância

de seu volume em relação aos recursos incentivados. Já entre 2003 e 2007, o FNC passa a ser pensado como política redistributiva, com grande aumento de recursos e, especialmente, conteúdo programático na forma de políticas públicas orientadas. Embora apresentem comportamentos distintos quanto ao volume de receitas, ao processo distributivo e sua organização política nas duas gestões, o sistema de financiamento, cuja hegemonia se dá nos recursos incentivados, permaneceu inalterado.

Quanto ao volume de recursos, o comportamento do FNC indica um crescimento anual de 1,2% entre 1995 e 2002 (embora com grande número de contingenciamentos) e expressivo aumento a partir da gestão de Gilberto Gil (em grande parte, fruto do próprio Cultura Viva). Na gestão de Weffort, o FNC apresentou a seguinte disposição: em 1995, foram aplicados em transferência apenas R\$ 12,9 milhões; um pequeno aumento em 1996, para R\$ 16 milhões; em 1997, o aporte foi de R\$ 24,3 milhões; em 1998, uma pequena baixa, para R\$ 20,9 milhões; para 1999, o aporte foi de R\$ 19,1 milhões; em 2000, um grande aumento, para R\$ 46,6 milhões; em 2001 os repasses atingiram a maior marca, chegando a R\$ 64,3 milhões; em 2002, nova baixa, chegando a R\$ 43,6 milhões. Em 2003, primeiro ano do Governo Lula e início da gestão de Gil, o aporte foi de R\$ 46,9 milhões; em 2004, grande aumento, para R\$ 85,6 milhões. Os anos seguintes coincidem com a formulação do Cultura Viva, em 2005, o volume de repasses foi de R\$ 132,4 milhões; e em 2006 o volume foi de R\$ 138,0 milhões (Ministério da Cultura, 2006).

Na gestão de Weffort, os recursos do FNC nunca dispuseram de uma política de gestão e direcionamento, onde os grupos destinatários (por função, os estratos mais baixos da população, e não por incapacidade ou inabilidade, mas porque se trata de uma lógica efetivamente mercadológica), os que efetivamente não têm acesso aos grandes orçamentos que caracterizam os incentivos fiscais, possam acessar estes fundos segundo critérios públicos.

Ao privilegiar a estrutura de financiamento para o que se convencionou dizer “produtos culturais de interesse do mercado”, a gestão de Weffort acenou com uma contradição que está na sociedade e no Estado, e que, no caso da cultura, se realiza no direcionamento dos fundos públicos, de forma que alguns podem ter acesso a um determinado tipo de fundo e outros não. Basta pensar que “dos 17.356 projetos apresentados entre 1996 e 2000, 77,5% foram aprovados, e desses, apenas 30% conseguiram captação” (Barbosa da Silva, 2007:175).

O atual modelo privilegia as grandes empresas ao incorporar valor simbólico à seus produtos “não-culturais”, e tem se mostrado extremamente concentrador no eixo Rio-São Paulo, escondendo o fato de que é na verdade o Estado por meio dos fundos públicos, e não o mercado, o maior incentivador do processo produtivo. Ao não exigir a contrapartida das empresas na execução do patrocínio, a estrutura de financiamento passa a resumir uma mesma lógica: tanto aos padrões de mercado quanto aos despercebidos por ele, cuida-se de todos, embora apenas dos recursos orçamentários se exija uma contrapartida de 20% nos custos do projeto.

Na gestão de Weffort, a solução encontrada para equilibrar este descompasso indica uma tendência de baixo, mas progressivo, aumento do volume de recursos do FNC, dada a exclusividade na distribuição dos recursos incentivados, sem que ocorressem modificações na estrutura do financiamento. Este aumento parece significativo muito mais pela ínfima execução em 1995 (apenas R\$ 12,9 milhões) que pelo seu volume máximo de execução.

Quanto à mudança na orientação das políticas culturais das gestões de Weffort e Gil, nossa tentativa foi de perceber que é a gestão do fundo público da cultura o que produz a necessidade de intervenção do que o MinC chamou “discriminação positiva”. Ou seja, é justamente a estrutura de organização do financiamento público e seu modelo gestor que gera a necessidade de intervenções nas próprias causas de sua ineficiência. Uma mudança efetiva para a reorientação do modelo gestor exigiria que, para a efetiva “discriminação positiva”, o próprio modelo de financiamento não fosse em si discriminatório, mas de uma gestão plural e democrática.

Mesmo apontando com um grande aumento para o orçamento do FNC na gestão de Gilberto Gil - e trata-se de uma continuidade importante -, o setor produtivo permanece organizado para a lógica de funcionamento das leis de renúncia fiscal.<sup>3</sup> Quanto ao impacto no orçamento do MinC, o Programa Cultura, Educação e Cidadania foi responsável, em 2005, pelo repasse de R\$ 56,0 milhões (cerca de 42% dos recursos do Fundo com nível de execução de 79,3%), e em 2006 por R\$ 45,6 milhões (cerca de 33% dos recursos do Fundo, com nível de execução de 89,5%), muito maior que o total do FNC da gestão de Weffort (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2007:128).

---

<sup>3</sup> Bem verdade, a polêmica decisão de retirar das mãos dos diretores de marketing das estatais as decisões a respeito de como as estas empresas iriam investir o dinheiro, envolvendo, ainda em 2003, a Secretaria de Comunicação (Secom), comandada pelo então ministro Luiz Gushiken, acabou interferindo negativamente sobre mudanças mais relevantes na formatação dos mecanismos de financiamento público. Foram privilegiadas mudanças pontuais.

Os anos em questão coincidem com os maiores orçamentos do FNC (R\$ 132,5 milhões e R\$ 138,1 milhões, respectivamente).

Como pode ser depreendido da restrita apresentação anterior, o Programa Cultura Viva é um programa seletivo - trata-se, portanto, de uma política pública que visa a um público-alvo delimitado. Esta seletividade, entretanto, é essencialmente diferente daquela praticada, no terreno do financiamento público às iniciativas no campo da cultura, pelos sucessivos governos a partir da criação do MinC em 1985. O elemento de fundo desta perspectiva diz respeito ao que o Ministro Gilberto Gil chamou de “discriminação positiva” (Gil, 2003). No limite, o Programa trata da dimensão política do reconhecimento como elemento para a redução das desigualdades sociais (Souza Santos, 2003; Taylor, 1994).

Como esta face é central na implementação do Cultura Viva, tentamos desenhar uma aproximação entre as políticas culturais e as políticas sociais. Neste enredo, um dos temas determinantes é a redistribuição dos recursos e a inserção dos destinatários no campo do trabalho. As políticas sociais normalmente apontam, na qualidade de avaliação do impacto de seus programas, a inserção de seus destinatários na ocupação de postos de trabalho ou do impacto da transferência de crédito para a economia local. Uma das dificuldades é determinar a partir de que temas podemos supor a dimensão da intervenção do Cultura Viva na economia da cultura.

### **3. Uma economia da cultura com bases solidárias.**

É a partir da crítica à organização do financiamento público e do compromisso com sua reversão, que aparece uma proposta da atual gestão do MinC. Este compromisso se dá tanto do ponto de vista de redirecionar os recursos públicos alocados à área da cultura (no sentido de combater o privilégio dos pequenos grupos de produtores no acesso aos montantes) quanto daquele de dinamizar uma economia da cultura que seja, segundo se advoga, capaz de articular “inclusão social” com diversidade cultural em bases solidárias.

Uma parte importante do processo de implementação do Programa Cultura Viva não está apenas no princípio de transferência de crédito para as classes populares, mas na ativação de uma rede de colaboração entre os Pontos de Cultura, através da disponibilização dos meios de produção digital à estes grupos. Este é um tema essencial

para se pensar a sustentabilidade econômica das iniciativas populares e para a superação do estigma de exclusão do mercado cultural, já que nem todos os bens culturais são capazes de se sustentar segundo as regras rígidas que operam no mercado e na lógica concorrencial própria das leis de incentivo.

Para otimizar o planejamento desta rede, o Cultura Viva inicia uma aproximação com a economia solidária, para oferecer o suporte adequado à organização da produção cultural destas classes e no desenvolvimento de estratégias para a satisfação de suas necessidades simbólicas.

A economia solidária é um tema de intimidade às mudanças estruturais que o trabalho vem sofrendo. Em seu contexto mais conhecido, se trata de experiências de resistência à marginalização social e ao crescente desemprego dos estratos baixos e médios da sociedade, cuja lógica se mantém nos princípios do cooperativismo autogestionário e da colaboração laboral. São diversos empreendimentos que podemos pontuar: cooperativas de produção, crédito e serviços, associações, fábricas recuperadas, clubes de troca, bancos comunitários e outras organizações populares (Singer, 2003).

Apesar do compromisso com a democratização da cultura e a "inclusão social" através da mesma, a Secretaria de Programas e Projetos Culturais - responsável pela formulação, implementação e avaliação do Programa Cultura Viva - não põe em questão se os objetivos do Programa são mesmo os mais adequados à democratização da cultura e à garantia dos direitos culturais assegurados por nossa Constituição, ou se a estratégia de implementação é a mais consonante com a difusão das diversas manifestações culturais e com a proteção das mais ameaçadas de esmagamento por serem menos adequadas ao mercado enquanto mecanismo de mediação universal para o fazer cultural. Ou seja, se a "inclusão social" mediada pela ativação de um mercado cultural baseado na economia solidária pode culminar na diversidade e proteção aludidas, ou se ela se esgota em si mesma - mera inclusão em um mercado super seletivo, uma espécie de política de geração de emprego (precário, já que não conta com nenhuma das garantias trabalhistas asseguradas por nosso ordenamento jurídico-político, e temporário, já que o apoio às iniciativas selecionadas tem seu prazo determinado de antemão). Vale ressaltar que, no limite das políticas de geração de renda e emprego, o elemento do fazer cultural torna-se um dificultador central para a questão social, visto que sua dinâmica produtiva não se vale de imediato das leis gerais da análise econômica.



Desde já entendemos o grande avanço que o Cultura Viva representa, mas num cenário tão heterogêneo quanto o que os Pontos representam, e devido ao fato de que são pouquíssimos os experimentos de economia solidária da cultura, é muito difícil acreditar que esta rede se formaria por si, sem nenhuma ativação pelo MinC. Uma rede solidária, que tenha esta perspectiva, demanda tanto o comprometimento do cidadão, quanto uma participação mais efetiva do Estado. Supondo que a disputa em torno do poder do Estado continue sendo democrática, mesmo com distorções estruturais do sistema de produção capitalista, é bem possível que a economia solidária avance cada vez mais na disputa das políticas públicas e, dessa forma, no acesso aos fundos públicos (Singer, 2003). Este é um elemento essencial para possíveis reorientações do mercado cultural no Brasil, em especial no que se refere à produção cultural das classes populares em outros patamares de realização.

Resta-nos conhecer alguns dados relativos à vinculação da economia solidária e o Programa Cultura Viva. A Avaliação Piloto do Programa Cultura Viva,<sup>4</sup> produzida pelo Laboratório de Políticas Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro nos mostra alguns dados importantes sobre os Pontos de Cultura para a construção desta rede. Quanto ao gasto médio mensal, “47% dos Pontos de Cultura oscila entre 5.000 e 10.000 mil reais; 16% dos Pontos têm um gasto de entre 1.000 e 5.000 mil reais; 12% gastam entre 10 e 20 mil reais”. Quanto à participação dos repasses do Programa nos gastos dos Pontos de Cultura, “26% dos Pontos de Cultura cobrem entre 70% e 80% destes gastos com os recursos do MinC; em 16% dos Pontos a percentagem do gasto coberta com recursos do MinC é de 80% a 90%; 11% dos Pontos utilizam os recursos do MinC para cobrir apenas de 0 a 10% dos seus gastos” (Laboratório de Políticas Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006).

Para 53% dos Pontos, os recursos arrecadados são oriundos de financiamento ou da venda de produtos, alcançam para pagar as despesas, mas não deixam excedentes; 36% dos Pontos afirmaram que estes recursos não resultam suficientes para pagar as despesas. Pensando a sustentabilidade dos Pontos, 27% dos Pontos de Cultura

---

<sup>4</sup> A *Avaliação Piloto* caminhou no sentido da eficácia do modelo gestor do Programa, e seu universo investigativo se concentrou na realização de observações dos pesquisadores em visitas aos Pontos de Cultura e nos questionários com os participantes (membros das equipes de coordenação e/ou docente do Ponto; parceiros e/ou atores estratégicos pertencentes à comunidade local; o público alvo do projeto, alunos e participantes). A metodologia de pesquisa qualitativa se baseou na visita a vinte Pontos de Cultura localizados em sete estados do Brasil: Rio de Janeiro (5) Pernambuco (3); Bahia (2); São Paulo (5); Rio Grande do Sul (2); Minas Gerais (2) e Amazonas (1). A grande concentração no sudeste pode apresentar alguma variação. Já passados dois anos da apresentação da pesquisa não pudemos encontrar nenhuma contradição explícita acerca dos resultados.

produzem e comercializam produtos culturais; 23% prestam serviços remunerados; 16% produzem e comercializam outros produtos.

O número mais impressionante, e que atesta a dificuldade na criação da rede é que “39% dos Pontos não produzem ou comercializam produtos”. A pesquisa apontou que somente “20% dos Pontos de Cultura utilizam formas solidárias de consumo e comercialização de produtos: a aquisição e comercialização se dão através de grupos de economia solidária, comércio justo, feiras de troca e cooperativas, onde os ganhos e as decisões são repartidos”.

Quanto à distribuição dos produtos, “33% dos Pontos comercializam seus produtos nos municípios onde se localizam; 26% o fazem no próprio Ponto; 23%, na comunidade; 19% dos Pontos de Cultura comercializam seus produtos em todo o país, 13% dos Pontos encontram dificuldades para levar os seus produtos aos clientes; 12% não conseguem cuidar das vendas; 7% dos Pontos encontram dificuldades para competir com os grandes produtores”. Sobre a divulgação, “42% dos Pontos de Cultura divulgam os produtos através da publicidade boca-a-boca; 32% mediante a distribuição de folders, cartazes ou panfletos; 30% divulgam seus produtos na Internet, através de web-site ou boletins eletrônicos; 15% fazem uma divulgação local, através de rádios ou jornais comunitários; 13% colocam seus produtos na grande imprensa”.

Quanto ao impacto da produção na receita dos Pontos, “os recursos arrecadados com a comercialização de produtos constituem menos de 10% da receita total em 27% dos Pontos de Cultura. Em 12% dos Pontos os recursos arrecadados correspondem de 10 a 30% da receita total” (Laboratório de Políticas Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006: 74).

Estes dados nos mostram a incipiência desta rede de economia popular da cultura e o enorme desafio de sua constituição. Podemos perceber a grande dificuldade de sustentabilidade dos Pontos e a enorme dependência que têm acerca dos repasses.

A comercialização dos produtos e serviços é, sem dúvida, a parte mais desafiadora para a economia solidária, e onde, provavelmente, residirá o maior interesse de construção de uma rede social para o Cultura Viva.<sup>5</sup> Para isso, o MinC e a SPPC articularam a TEIA - Mostra de Cultura e Economia Solidária. A primeira TEIA

---

<sup>5</sup> O Atlas da Economia Solidária (Ministério do Trabalho, 2005) verificou que 61% dos EES tiveram dificuldades na comercialização de seus produtos e 49% dificuldade de acesso a crédito. O dado abre um precedente importante para as atividades da economia solidária, que normalmente têm de se voltar para o mercado capitalista, regido por suas leis, na hora de distribuir e comercializar sua produção. No caso dos empreendimentos culturais, esta tarefa é ainda mais complexa, dada a novidade da atividade e a dificuldade na obtenção de crédito.

aconteceu entre os dias 6 e 9 de abril de 2006, durante a Bienal Internacional de Arte de São Paulo. O evento reuniu mais de 100 espetáculos e 60 oficinas; 650 empreendimentos, entre organizações não-governamentais, cooperativas e redes de troca dos 27 estados brasileiros, ocupando 40 estandes do Pavilhão da Bienal, segundo números do MinC. A atividade foi parte do Encontro do Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania realizado pelo Ministério da Cultura, em parceria com o Ministério do Trabalho e outras instituições.

O evento debateu os princípios de uma nova economia sustentável, a formação de uma nova cultura colaborativa, e as possibilidades de inserção das classes populares na construção destas redes. Entretanto, se propôs pouco a investigar a participação da cultura na economia solidária, valorizando muito mais a concepção de diversidade cultural que o impacto destas cadeias produtivas na economia da cultura. Os empreendimentos solidários e as experiências populares de pequeno porte são de difícil mensuração, e a TEIA de 2006 não nos apresenta nenhum dado relevante sobre o tema, nem o volume de negócios realizado durante a feira.<sup>6</sup>

A segunda edição do evento aconteceu no ano seguinte, em Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais, com o patrocínio da Petrobras e organizado pelo Instituto Pensarte. O número de atividades e a estrutura do evento já eram muito maiores, embora sua organização tenha sido veementemente rechaçada pelos representantes dos Pontos de Cultura que estavam presentes. O próprio Ministério reconheceu a falha da organização e o distanciamento dos conceitos da Mostra (Turino, 2007).

Os encontros da TEIA de 2007 foram aproveitados para abrigar o primeiro encontro do Fórum Nacional dos Pontos de Cultura e debater os problemas de gestão com a SPPC.<sup>7</sup> Um dos Grupos de Trabalho (GTs) se destinou a pensar o tema “Pontos de Cultura e Sustentabilidade”. Vários princípios da economia solidária aparecem no documento que sintetiza o trabalho do GT, embora no âmbito geral, as propostas não avancem na constituição de uma rede de economia popular.<sup>8</sup> Em nossa avaliação, o sentido de um sistema de produção para a cultura popular ainda não está totalmente consolidado entre os Pontos de Cultura.

---

<sup>6</sup> Mais informações sobre a Teia 2006 no endereço eletrônico <[www.cultura.gov.br/foruns\\_de\\_cultura/cultura\\_digital/eventos/teia/index.php?p=15252&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/eventos/teia/index.php?p=15252&more=1&c=1&pb=1)>.

<sup>7</sup> Mais informações sobre a Teia 2007 no site <[www.teia2007.org.br](http://www.teia2007.org.br)>.

<sup>8</sup> Relato dos Grupos de Trabalho dos Pontos de Cultura e Sustentabilidade no endereço eletrônico <[www.forumpontosdecultura.blogspot.com/2007/12/gt-de-pontos-de-cultura-e.html](http://www.forumpontosdecultura.blogspot.com/2007/12/gt-de-pontos-de-cultura-e.html)>.

É evidente que a construção destas redes não deve se restringir aos Pontos de Cultura, outras iniciativas municipais e estaduais (da sociedade civil e do poder público, que trabalhem com a economia da cultura ou outra natureza) precisam ser incorporadas. A relação de distribuição de produtos dos Pontos se mostra bem direcionada para as demandas municipais e comunitárias. Mas pensando o sentido dos Clubes de Troca, a distribuição do Cultura Viva afeta muito a possibilidade da construção de uma rede efetiva de comercialização regional para os Pontos. Neste sentido, o grupo dos quatro estados que detêm a maior parte dos Pontos (São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Bahia) também detém as maiores possibilidades de integração e dimensionamento das redes de colaboração.<sup>9</sup>

A TEIA é uma iniciativa importante, pois se destina entre outras coisas a enfrentar o problema levantado, mas, em nossa visão, ainda insuficiente para dar conta de uma rede desta natureza. Uma ação pública para a economia solidária, que possa efetivar o sentido da sustentabilidade dos Pontos e sofisticar a gestão do Programa, necessita incluir outras etapas: a) Formação continuada e capacitação técnica para a autogestão popular, onde seja possível debater, intercambiar e articular estas formas de organização; b) Assessoria e assistência para a organização de empreendimentos, articulando instrumentos, outros atores e com outros programas sociais que possam buscar uma inserção em nichos de mercados ou em estratégias produtivas, comerciais ou de serviços que aumentem a visibilidade econômica; c) Comercialização, mercados e estratégias de demanda: deve-se constituir uma rede de negócios populares em acordo com as administrações municipais e estaduais, com programas e parceiros de outras áreas da economia solidária para a melhor comercialização dos produtos; d) Banco de dados sobre oportunidades de negócios, linhas de crédito, cadastro de empreendimentos populares, grupos de economia solidária e um sistema de apresentação e distribuição dos produtos culturais dos Pontos; e) Gestão: a criação de um órgão de co-gestão entre o MinC e a sociedade civil, com vistas a pensar a economia solidária como uma ferramenta efetiva de continuidade do programa e sustentabilidade dos Pontos.

#### **4. Conclusão**

---

<sup>9</sup> Estes dados precisarão ser redimensionados dada a pioneira parceria entre o Ministério da Cultura e os estados do Rio de Janeiro e Pernambuco para a ampliação do número de Pontos de Cultura.

À guisa do que foi discutido até então, podemos apresentar apontamentos preliminares acerca da difícil correlação entre o direito à produção da cultura e sua viabilização social quanto à implementação do Programa Cultura Viva. Devemos chamar à atenção um aspecto central na formulação atual das políticas públicas de cultura; é a noção, que se espalha e se consolida em todo o mundo, de que não só existe uma “economia da cultura” com forte potencial mercadológico e que carece, para se desenvolver em sua plenitude, de iniciativas de parceria entre o “Estado e a sociedade civil”, como, ainda, de que esta matriz econômica tem função mais abrangente. Ela, associada às outras dimensões específicas da cultura - e que serão mais acessíveis a uma parcela mais ampla das populações locais à medida que a “sociedade” for capaz de generalizar o acesso aos “bens culturais” -, é considerada um vetor dos mais fecundos para, nos países “em desenvolvimento” (assolados por ondas de violência urbana, pela desigualdade na distribuição de renda, pela pobreza de amplos segmentos da população, pelo desencanto com a política e com os políticos), constituir (afora a repressão policial, é claro)<sup>10</sup> um componente na promoção da “coesão social” e, com esta, da possibilidade de “desenvolvimento”.

Em nossa visão, a técnica inovadora de implementação, de adesão e de gestão do Programa Cultura Viva, se tem o valor de combater parte do privilégio no acesso ao financiamento público às atividades culturais privadas, guarda ainda insuficiências na efetivação de uma rede econômica de distribuição e consumo entre seus destinatários e imensas dificuldades em incorporar os trabalhadores da área que não participam do mercado mais consolidado. Entretanto, não podemos deixar de lado seu mérito em reconhecer as classes populares como sujeitos de seu próprio processo de desenvolvimento, nem esquecer que as dificuldades apreciadas não são exclusividade do mercado cultural, mas do universo produtivo como um todo.

Uma das preocupações que os dados apresentados não conseguiram identificar com precisão é a relação entre a natureza da atividade dos Pontos e a sua disponibilidade de produção. Se quase 40% dos Pontos de Cultura não comercializam produtos, seria preciso conhecer qual a oferta e demanda de bens e serviços de cultura, qual a real potencialidade de suas comunidades (se existe o desejo em participar de

---

<sup>10</sup> Tudo indica que as propostas neoliberais contemporâneas, subseqüentes ao desmonte do Estado de Bem- Estar Social, contemplam, além da “coesão” a resultar da “solidariedade”, uma crescente penalização das “classes perigosas”, configurando a constituição de um verdadeiro “Estado penal”. Quanto a isso, cf. L. Wacquant, “*Punir os pobres: a administração da miséria nos Estados Unidos*”, Ed Revan.

programas de geração de renda), quais as dificuldades em ativar as cadeias produtivas, e como se deve efetivar o apoio dos municípios e estados na construção de redes regionais de economia solidária da cultura. As iniciativas de empreendimento solidário, normalmente, têm apoio insignificante ou insuficiente do poder público e pouca visibilidade e penetração nos diferentes segmentos da sociedade.

Quanto a perspectiva da economia solidária que se inaugura com o Programa, ela não deve ser estimulada como forma de desonerar os fundos públicos ou de desarticular a presença do Estado no auxílio à formação de cadeias produtivas de cultura popular auto-sustentáveis, mas ao contrário, como um desafio de desenvolver políticas públicas que estimulem alternativas autônomas e em autogestão popular para a geração de renda, que democratizem o acesso dos estratos mais baixos a instrumentos que lhes permitam uma inserção no mercado cultural mais ativa

Quanto ao futuro das atividades dos Pontos, bem como dos produtores “independentes” em geral, a implementação de um programa como o Cultura Viva representa a importância de se pensar um novo cenário para a produção da cultura no Brasil, visto que, em nossa visão, o modelo apresentado até então mostrou-se pouco funcional e extremamente segregador.

Faltam ao Programa Cultura Viva, deste modo, avaliações que ponham em questão seus objetivos mesmos, sua própria essência, confrontando-a com os princípios que ele reafirma, e, a partir daí, avaliando-o sob um escopo mais amplo. O espaço acadêmico de pesquisa nos aparece como o locus adequado para que se materialize um esforço deste tipo.

## **Referências**

BARBALHO, Tereza. *Notas sobre política cultural contemporânea*. Revista Rio de Janeiro, N. 15. Rio de Janeiro, UERJ-LPP, 2005.

BARBOSA DA SILVA, Frederico A. *Caderno de Políticas Culturais Volume 2 - Política Cultural no Brasil 2002-2006: acompanhamento e análise*. Brasília: Ministério da Cultura, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2007.

COUTINHO, Carlos Nelson. *Cultura e sociedade no Brasil: ensaio sobre idéias e formas*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

DÓRIA, Carlos Alberto. *Os compadres e o mercado*. Revista Trópico, 2004. Disponível em [www.uol.com.br/tropico/html/textos/2749,1.shl](http://www.uol.com.br/tropico/html/textos/2749,1.shl). Acesso em: 13 de junho de 2007.

GIL, Gilberto. *Discursos do Ministro da Cultura Gilberto Gil*. Brasília: Ministério da Cultura, 2003.

LABORATÓRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *Programa Cultura Viva, Avaliação Piloto, Relatório Final*. Rio de Janeiro: Núcleo de Políticas Públicas de Cultura do Laboratório de Políticas Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006. Disponível em [www.cultura.gov.br/upload/Relatorio\\_Final\\_1164732457.pdf](http://www.cultura.gov.br/upload/Relatorio_Final_1164732457.pdf).

OLIVEIRA, Francisco de. *Os direitos do antivalor: a economia política da hegemonia imperfeita*. Petrópolis: Vozes, 1998.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios*. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador, Edufba, 2007.

SINGER, Paul. *Economia Solidária*. In: Antonio David Cattani (Org.) *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

SOUZA SANTOS, Boaventura de. *Reconhecer para libertar: os caminhos do cosmopolitismo multicultural*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

TAYLOR, Charles. *Multiculturalismo*. Lisboa: Piaget, 1994.