

POLÍTICA E MERCADO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS NO BRASIL

Cleiton Paixão¹

Resumo: Tendo em vista o constante crescimento dos debates em torno de políticas para a área cultural no Brasil, esse texto pretende traçar um panorama da forma como o tema vem sendo tratado desde o surgimento da primeira lei de incentivo à produção cultural, principalmente quando pensada a partir de sua relação com setores da economia e do mercado nacional.

Palavras Chave: Política cultural, economia, mercado.

Abstract: Given the steady growth of the debates around policy for the cultural area in Brazil, this paper aims to give an overview of how the subject has been treated since the onset of the first law to encourage cultural production, especially when considered from its relationship with sectors of the economy and the domestic market.

Keywords: Cultural polity, economy, market.

Com a abertura política nacional em 1985, em meio à crise econômica gerada durante o regime militar no Brasil, tendo à frente da presidência José Sarney, foi criado o Ministério da Cultura, órgão que deveria firmar a participação do governo federal na área cultural para garantir o incentivo à produção e à reprodução das atividades artísticas e culturais da sociedade brasileira. Devido o processo de desenvolvimento econômico baseado no “dinamismo da reprodução indiscriminada de padrões de consumo imitados de sociedades que se beneficiam de níveis de produtividade e renda muitas vezes superiores aos nossos”², além da necessidade de adequar a política econômica brasileira aos interesses do mercado internacional, foi necessário eximir o estado dos investimentos em atividades culturais, atribuindo ao mercado a responsabilidade de atuar na área, elemento que prejudicou ainda a manutenção dos programas e políticas já existentes. Como reflexo desse processo foi instituído o primeiro mecanismo de incentivo fiscal para a cultura, lei nº 7.505, de 02 de junho de 1986, a Lei Sarney, criada para enfrentar as dificuldades financeiras e estimular os investimentos na área cultural e, conseqüentemente, o crescimento do mercado cultural.

¹ Doutorando em Ciências Sociais pela Faculdade de Filosofia e Ciências da Unesp, campus de Marília. Bolsista pesquisador pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

² Cf: FURTADO, Celso. Cultura e Desenvolvimento em época de crise. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1984.

Esse instrumento de incentivo à cultura “veio reverter uma tendência retórica de desconfiança no mercado e concretizar uma política de intervenção mínima do Estado na Cultura” (CASTELLO, 2002, p. 631).

A peculiaridade econômica assumida pela cultura durante a década de 1980 foi abrangente na maior parte dos países industrializados e serviu como exemplo para aqueles que buscavam sua inserção ao mercado internacional. O surgimento de instituições culturais ligadas a grandes corporações foi o reflexo desse processo, no qual o mundo dos negócios foi o principal patrono da produção cultural.

Usando seu poder econômico, as empresas modernas, armadas com seus próprios curadores e departamentos de arte, emularam ativamente as prerrogativas anteriores de museus e galerias de arte públicos, organizando a e apresentando coleções próprias em seus países e no exterior. Também transformaram as galerias e museus de arte em veículos de relações públicas, assumindo as funções e explorando o status social de que desfrutam as instituições culturais em nossa sociedade [...] Em suma, a influencia empresarial é hoje muito grande em todas as fases da arte contemporânea – produção, disseminação e recepção (TAO WU, 2006, p. 26).

Até finais da década de 1990, no Brasil o governo federal se isentou dos investimentos na área cultural, principalmente no período referente ao governo Collor, marcado pelo desmanche do Ministério da Cultura e órgãos como a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), entre outros. Todos os recursos referentes à área cultural foram reduzidos a uma Secretaria de Cultura, além de atribuir a maior parte da responsabilidade aos governos estaduais e municipais. Em dezembro de 1991 foi instituída a Lei^o 8.313, a qual previa a criação do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que ficou conhecida como Lei Rouanet e também pretendia suprir a demanda da área cultural com recursos oriundos da renúncia fiscal.

O Ministério da Cultura só foi reestruturado em 1992, durante o governo Itamar Franco, assim como outras instituições também desmembradas durante o governo Collor. No governo de Itamar Franco, além de ser mantida a Lei Rouanet, também foi criada a lei de incentivo para o Audiovisual, com foco especial para o campo cinematográfico. Segundo Calabre (2007), esse foi o início de um processo no qual a política cultural se estruturou de forma mais significativa pela posição de leis de mercado, na qual o Ministério teve cada vez menos poder de interferência na área.

Dados apresentados por Arruda (2003) apontam que a partir de meados da década de 1990, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, os mecanismos de renúncia fiscal – Lei Rouanet e Audiovisual – foram responsáveis pela maior parte dos investimentos em cultura, os quais superaram os recursos provenientes do orçamento estatal, ou seja, a política instituída pelo Ministério esteve baseada principalmente na captação de recursos no mercado e na promoção das iniciativas ligadas ao chamado marketing cultural. Ou seja, o processo de inserção do mercado nos investimentos na produção cultural iniciado durante o governo Sarney foi aprofundado e ganhou maior legitimidade no período FHC, o qual concretizou a participação de grandes corporações na área cultural, pois acabaram por se tornar responsáveis pelas diretrizes que a cultura deveria cumprir naquele instante, a saber, uma nítida posição de mercado.

As diretrizes que passaram a guiar as políticas culturais nacionais naquele instante fizeram com que a produção artística passasse a depender ainda mais de sua adequação ao padrão cultural regulado pelo mercado, que criou parâmetros para identificar o que deveria ser entendido, patrocinado e consumido como cultura no país. Esse elemento favoreceu a utilização dos mecanismos de renúncia fiscal como forma de estruturar o marketing cultural.

A intervenção do mundo dos negócios nas artes deve ser vista e entendida em termos do poder político no interior do estado moderno, que pode ser criado e controlado de muitas formas diferentes – a influencia cultural é apenas um dos meios à mão para chegar a esse fim [...] O interesse nas atividades culturais, em particular quando são publicamente endossadas pelo governo, deve ser visto como parte de uma estratégia global para reunir o poder econômico privado e a autoridade cultural pública. Isso é feito com a expectativa de que o capital cultural assim criado possa, no devido tempo e na conjuntura adequada, transformar-se em poder político para atender, abertamente ou não, aos interesses econômicos específicos dessas corporações (TAO WU, 2006, p. 39).

Os problemas levantados com a instauração dos mecanismos de financiamento são constantemente apresentados por produtores culturais e artistas, entretanto, é importante lembrar que na forma como foram instituídos, além do abatimento fiscal, a empresa responsável pelo fomento também passou a se beneficiar da identificação que o produto financiado possibilitava com o marketing cultural. Nesse processo, o empresário ou a empresa que utilizavam os instrumentos de fomento à cultura passaram a estabelecer critérios para privilegiar produtos e instituições culturais que lhes

oferecessem determinados benefícios. Esse processo também foi responsável pelo surgimento, no período, de diversas instituições culturais vinculadas às próprias empresas patrocinadoras. Segundo Castello (2002), mais da metade dos patrocínios realizados através da Lei Rouanet ao longo do primeiro ano da gestão FHC foram concentrados em apenas dez projetos, os quais, em sua maioria, ligados às instituições culturais criadas pela iniciativa privada, em particular instituições vinculadas a grandes bancos. Com essas instituições absorvendo a maior parte dos recursos dirigidos para a pasta da cultura, restava uma pequena parcela a ser distribuída entre outras produções, entretanto, essas eram beneficiadas somente se tivessem em seus quadros representantes do setor artístico consagrados pela mídia.

O fato é que público e privado são categorias construídas, e não fato simples. Parte fundamental do problema do público e do privado é o fato de que a fronteira entre os dois não é de modo algum fixa, e sim sujeita à forças políticas, sociais e ideológicas correntes que ajudam a dar forma ao discurso [...] Como sugeriu Raymond Williams, o sentido primário de “privado” em muitos usos diferentes é o de privilégio ‘participação ou acesso limitado’ (TAO WU, 2006, p. 42-43).

Os efeitos da posição mercadológica assumida pela cultura, juntamente com as lacunas abertas pelos mecanismos de fomento também passaram a restringir os investimentos às regiões brasileiras que mais se caracterizavam como mercados consumidores. Dados apresentados pelo ministério a cultura mostram que entre 1996 e 2001, a região Sudeste recebeu 85,7% do total de investimentos na área. Logo, podemos afirmar que parte considerável desses investimentos foram realizados de maneira a objetivar um efetivo retorno comercial, ou seja, pouco ou nada tem haver com a tão pretendida democratização cultural, prevista pelo fomento e em diversos editais expedidos pelas empresas. É nesse sentido, também, que os mecanismos de fomento acabaram por se limitarem aos grandes centros, pois, da maneira como são estruturados, não viabilizavam o acesso à cultura de forma igualitária em todos os estados brasileiros, mas somente aqueles que apresentavam um potencial financeiro e comercial para o retorno desses investimentos, contrariando a proposta de política cultural democrática do ministro da cultura no governo de FHC, Francisco Weffort, o qual afirmou que se tratava de uma política inspirada na idéia da valorização da liberdade e da diversidade e que buscava ainda fomentar o desenvolvimento cultural do País.

Com o desenvolvimento do estado constitucional no século XX, atrelada à expansão dos mecanismos de intervenção do estado, em especial na era pós segunda guerra mundial, o setor público, como representante da coletividade da cidadania no Estado, passou a assumir um grau relativamente maior de responsabilidade perante o público nas democracias contemporâneas. O setor privado, ao contrário, tal como é representado pelo mundo dos negócios num sistema capitalista, tem o poder e o ‘direito’ de tomar centenas de decisões ‘privadas’ vitais sem nenhuma pretensão à democracia [...] A institucionalização dos interesses econômicos das elites ou corporações na esfera cultural é parte evidente da tendenciosidade do sistema (TAO WU, 2006, p. 43-46).

O resultado de todo esse processo desestruturado da política cultural iniciado no governo Sarney e concretizado na era FHC, foi o de uma enorme concentração das aplicações de recursos dirigidos a um campo proporcionalmente restrito e se configurou pela adoção do mercado como promotor e financiador da produção cultural nacional. O principal efeito desse processo foi o caráter mercadológico que área cultural assumiu, no qual o trabalho artístico passou a ser avaliado pelo seu valor no mercado.

Gilberto Gil e a necessidade do “Do in antropológico” para a cultura

Com a entrada de Lula na presidência e Gilberto Gil assumindo a pasta do Ministério da Cultura em 2003, um dos primeiros pontos a serem levantados foi da necessidade de estabelecer um novo modelo político para a área cultural, tendo vista uma ação governamental mais ativa e participativa em relação à cultura no Brasil.

Nos primeiros momentos dessa gestão, segundo Gil, ficou definido que a ação do Ministério da Cultura se daria a partir de um conceito com três dimensões, a saber, “cultura como usina de símbolos, cultura como direito e cidadania, cultura como economia”, ou seja, um trabalho que deveria alcançar o maior número de pessoas e culturas possíveis, sem esquecer o potencial econômico dos produtos oriundos da diversidade cultural brasileira. Esse trabalho deveria ser feito de maneira a desenvolver setores até então não alcançados pelo mercado, o que caracterizaria o mote atribuído a essas mudanças, o “do in antropológico”. Essa característica deveria fazer parte de toda estrutura da sociedade brasileira, seja na diversidade de costumes, das crenças, educação, ciências, comunicação, entre outros fatores que, agregados, também ajudariam no desenvolvimento econômico.

O governo Lula também ficou marcado na área cultural pela tentativa de estabelecer um diálogo com a sociedade, através da realização de seminários, câmaras temáticas, além da realização das Conferências Nacionais de Cultura em 2005 e 2010, de maneira a fazer com que a produção cultural atendesse diretamente os interesses da população, de artistas, produtores culturais, entre outros (RUBIN, 2010). Uma forma de amenizar os desajustes causados pela supremacia do mercado nos investimentos em produtos culturais. Importantes instrumentos foram criados para ajudar nesse trabalho, a saber, o Sistema Nacional de Cultura (SNC), o qual o foco é articular o relacionamento entre a federação, estados e os municípios; o Plano Nacional de Cultura (PNC), um programa que caracteriza as principais diretrizes que as políticas culturais no Brasil devem seguir, além da criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) e da Diretoria de Relações Internacionais do Ministério da Cultura (RUBIN, 2010).

Diversos projetos foram implantados e alguns ganharam grande projeção como: Pontos de Cultura, por certo uma das atividades de maior repercussão nacional e internacional do Ministério, e DOC-TV, que envolve televisões públicas de todo Brasil e o Ministério da Cultura para a produção e divulgação de documentários e que, dado o sucesso, já teve várias versões, inclusive internacionais, como as latino-americanas e para a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) (RUBIN, 2010).

Devido ao crescimento do debate em âmbito internacional acerca de políticas para a área cultural, diversas ações passaram a ser realizadas de maneira a expandir para outros campos a discussão. Temas como a Diversidade Cultural passaram a fazer parte do escopo de ação das políticas culturais, elemento importante quando situado no contexto internacional da histórica discussão entre França e EUA em torno da liberação ou não do comércio de produtos e serviços culturais nacionais permeado pela Organização Mundial do Comércio (OMC), órgão que ainda hoje regula o comércio de bens e serviços culturais no mercado internacional. O debate acerca da incorporação dos produtos e serviços culturais nas negociações da OMC existe desde a rodada do Uruguai (1986-1994) e ficou conhecida como Exceção Cultural, que posteriormente foi formalizada como Diversidade Cultural.

Esse histórico tem origem na OMC em 1994, a partir da criação do Tratado Internacional sobre Propriedade Intelectual (TRIPs)³, também chamado de

³ TRIPs: Trade Related Aspects of Intellectual Property.

Acordo Relativo aos Aspectos do Direito à Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC)⁴ Esse foi o marco para a criação de regras relacionadas à propriedade intelectual no sistema multilateral de comércio, como havia sido proposto pelos EUA durante a rodada do Uruguai.

Marcada por “uma tentativa de expansão maciça do liberalismo aos produtos e serviços culturais, a Rodada do Uruguai encontrou ferrenha oposição por parte de diversos países, liderados pela França e pelo Canadá” (REIS, 2007, p. 212). Segundo o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas de 2004 (PNUD), em 1993, durante as negociações comerciais multilaterais no âmbito do Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras e Comércio (GATT), na Rodada do Uruguai, um grupo de produtores e atores cinematográficos franceses atentaram para a necessidade de inserção nas regras que estabeleciam os acordos comerciais a cláusula da Exceção Cultural, que previa a retirada do cinema e outros serviços das negociações comerciais. As características estabelecidas pela Exceção Cultural, na ocasião, provocaram divergências entre a França e os Estados Unidos quanto ao sistema de negociação dos produtos e bens das indústrias culturais em um órgão responsável pela regulação de acordos comerciais. Os argumentos utilizados pela França e Canadá eram de que a cultura não deveria ser entendida como uma mercadoria e sim como elemento constituinte da identidade e dos valores das nações e, portanto, não deveria ser negociada nos mesmos padrões que os demais produtos comercializados. Outro ponto apresentado pela Exceção Cultural foi a necessidade de os países estabelecerem a autonomia de suas políticas públicas, no sentido de que essas viabilizassem o acesso da população à uma maior diversidade cultural possível, seja de origem nacional ou estrangeira.

Essa proposta foi elaborada como forma de barrar as tentativas dos EUA de incorporar à OMC a negociação dos serviços culturais, pois, de acordo com as propostas estadunidenses, principalmente, os produtos audiovisuais, deveriam ser 100% liberalizados, além de prever a abolição gradativamente de todas as ajudas especiais aos produtos nacionais, como cotas e taxas de importação que estavam em vigor em cada país, além de proibir a criação de mecanismos de proteção e ajuda aos serviços culturais nacionais nos países que não os possuía.

Efetivamente, por questões históricas, o mercado dos serviços audiovisuais sempre foi organizado pelo estado na maioria dos países

⁴ ADPIC: Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce.

européus. A televisão pública, por exemplo, é objeto de medidas de intervenção pública, sendo a mais conhecida o imposto pago na maior parte dos países pelos proprietários de aparelhos de televisão. Por este meio, o estado garante a existência e o financiamento dessa televisão (em oposição aos canais privados ou comerciais financiados pela publicidade ou pelas assinaturas). Além da dívida, os canais públicos e privados podem estar sujeitos a obrigações de investimento de parte de seu faturamento na produção cinematográfica e/ou audiovisual nacional (como é o caso da França e da Espanha, por exemplo), criando assim um ciclo de financiamento lógico entre produção e difusão. Estas podem estar sujeitas a quotas de difusão de programas nacionais (com o objetivo de valorizar o conteúdo nacional) (THIEC, 2005, 153).

A União Européia (U.E.) se posicionou de maneira favorável à Exceção Cultural, além de firmar o compromisso no qual os países pertencentes ao bloco ficariam responsáveis por decidirem sobre a liberalização, ou não, de seu mercado cultural. Essa postura, segundo Lessa (2008), possibilitou à U.E. conservar em bloco as políticas nacionais que estabelecem cotas de transmissão, na televisão e no rádio, e de financiamentos para a produção e a distribuição, principalmente em relação aos produtos da indústria cinematográfica. A Exceção Cultural também foi debatida e adotada em outros acordos comerciais: Acordo Norte-Americano de Livre Comércio (NAFTA) em 1994; Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) em 1998; Rodada de Doha em 2003 e na reunião Ministerial da Área de Livre Comércio da Américas, realizada em Miami, também em 2003. A preocupação em torno da Exceção Cultural “passou a ser uma questão discutida calorosamente nas negociações comerciais internacionais (PNUD, 2004).

A defesa dos EUA baseava-se em equação puramente numérica: as indústrias culturais integram o setor de entretenimento e, portanto, seus produtos deveriam ser tratados como qualquer outro. Já no discurso do grupo oposto, preservar os privilégios das produções culturais nacionais era uma questão de soberania de sua própria identidade. As reuniões foram marcadas pela inflexibilidade comum, temperada com a usual arrogância dos negociadores dos Estados Unidos, para quem o liberalismo é de justiça inquestionável, desde que seja utilizado a seu favor (REIS, 2007, p. 212).

A Europa representava, e ainda representa, o principal mercado de exportação de serviços audiovisuais estadunidenses. Naquelas circunstâncias, a determinante era, portanto, assegurar o total domínio desse mercado, o qual detém a maior prioridade em termos de mercado internacional. Segundo Thiec (2005), os EUA ocupam grande parte

das salas de cinema – cerca de 80% do mercado europeu, tendo, entretanto, uma presença menos sensível nos canais de televisão (que corresponde a uma produção nacional cada vez maior em cada país da Europa).

Após um período desligados das conversações na Unesco (1984-2003), por considerarem as ações da entidade inadequada para seu sistema político, após reataram os laços, os EUA se depararam com a Declaração Universal da Unesco Sobre A Diversidade Cultural, aprovada em novembro de 2001. O documento reconhece, pela primeira vez, a Diversidade Cultural como patrimônio comum da humanidade e sua “defesa como um imperativo ético concreto, inseparável do respeito à dignidade do ser humano”. Em outubro de 2005, durante a trigésima terceira sessão da Conferência Geral da UNESCO, foi aprovada a Convenção Sobre a Proteção e Promoção das Diversidades das Expressões Culturais e Artísticas, acordo não assinado pelos EUA.

Signatário da Convenção de 2005, o Brasil, no entanto, apoiou a posição dos EUA ao ingressar para o Conselho de Serviços da OMC, em 2001, como determinou o Itamaraty. Dessa forma, a posição brasileira era de que os serviços e produtos culturais, mais precisamente aqueles ligados à indústria do audiovisual, deveriam ser submetidos às regras estabelecidas na OMC que tratam da circulação de mercadorias.

Desde então, o Brasil tem sido demandado por uma série de parceiros a respeito da compatibilidade entre duas posições vistas por muitos como distintas. De um lado, a defesa, junto a foros como a UNESCO, a rede internacional dos Ministros da Cultura e a reunião de Ministros da Cultura do Mercosul, do princípio da diversidade cultural; e, de outro, a atuação no Conselho de Serviços da OMC, na qual fazemos pedidos para que países outros permitam que suas populações tenham acesso à produção audiovisual brasileira. Essas duas posturas seriam, como alguns vêem, distintas? O Ministério das Relações Exteriores do Brasil crê que podem ser complementares. [...] por acreditar que] não é possível adotar uma posição que ignora o caráter de mercadoria da obra cultural. [...] O produto audiovisual é visto pelo Brasil também como um bem comercializável, inevitavelmente ele será discutido, de alguma forma, na OMC. [...] o princípio da liberalização progressiva (um dos princípios básicos da OMC, bem mais lento e gradual do que a liberalização indiscriminada propugnada pelos Estados Unidos) e com a autonomia dos países para desenvolverem a diversidade cultural (com subsídios, incentivos fiscais, leis anti-dumping e outras providências para impedir homogeneizações). As posições brasileira e francesa nascem da mesma inspiração, mas é necessário acordar pontos de identificação na forma de materializar uma solução justa, que atenda

concomitantemente a legítimos interesses comerciais (como a exportação das telenovelas brasileiras) e a de intercâmbio de culturas.⁵

O documento brasileiro, apresentado no dia 9 de julho de 2001, pretendia estabelecer o equilíbrio das posições estadunidense, de liberação total do comércio dos serviços audiovisuais, e a posição encabeçada pela França, para a qual os produtos e serviços culturais não deveriam fazer parte dos acordos do GATT e GATS. Naquele, o produto cultural deveria continuar a ser negociado segundo mecanismos estabelecidos pela OMC, contudo sugeriu a adoção de medidas que garantissem um melhor protecionismo para esses produtos. O Brasil “defende a aplicação de normas antidumping ao mercado audiovisual, além de se aumentar a participação dos países em desenvolvimento com atenção especial para serviços de televisão” (BRANT, 2005, p. 53).

Precisemos que, ao fazer isso, o Brasil assumiu uma posição contrária à União Européia. Enquanto essa pleiteia a subtração dos serviços audiovisuais da competência da OMC, o Brasil, inversamente, pleiteou por uma submissão desses últimos à OMC. A posição do Brasil repousa sobre a idéia de que mecanismos multilaterais de defesa comercial são necessários, no seio da OMC, para lutar contra as práticas comerciais desleais e as práticas comerciais restritivas. Tal abordagem é compreensível pela parte de um país exportador de programas audiovisuais, mas em oposição à concorrência desleal dos estúdios hollywoodianos pelo acesso aos mercados terceiros (THIEC, 2005, p.156).

O documento que circulou entre os Membros do Conselho para Comércio de Serviços estava dividido em três partes: em primeiro lugar, promover a liberação progressiva deste importante setor e assegurar, ao mesmo tempo, a autonomia da autoridade governamental para preservar e promover a identidade e a diversidade cultural; em segundo lugar, contribuir, da melhor maneira possível, com as discussões para alcançar seu objetivo, inclusive através da consideração de subsídios e mecanismos de defesa do comércio; e terceiro, contribuir com o aumento da participação de países em desenvolvimento no comércio de serviços.

⁵ Pronunciamento do secretário Orlando Senna na XII Reunião da Conferência de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), em Óbidos (Portugal), em 22/6/2003: <http://www.cultura.gov.br/politicas/identidades>.

Um dos pontos relevantes para a cultura nacional nesse processo foi a criação, durante o governo Lula, da Secretaria da Identidade e da Diversidade Culturais (SID), de maneira adequar as políticas nacionais aos padrões exigidos internacionalmente.

A política cultural diferenciada implicou também em um aumento substancial do orçamento do Ministério, que se aproximou de 1% do orçamento nacional. O orçamento reforçado possibilitou ampliar o Fundo Nacional de Cultura, permitindo contemplar uma maior diversidade de expressões e regiões culturais. A articulação entre diversos ministérios, inspirado no PAC, viabilizou o Programa Mais Cultura, que ampliou os recursos para a cultura, com destaque, para as áreas mais carentes e de maior vulnerabilidade social (RUBIN, 2010).

Dados apresentados pelo Ministério da Cultura em outubro de 2008 apontam para certo aumento nos investimentos na área cultural, com um crescimento aproximado de 96,8% entre os anos de 2003 e 2007, período em que também foram aumentados os recursos para as regiões Norte e Nordeste.

Durante o Fórum de Investidores Privados em Cultura, realizado em São Paulo no dia 24 de abril de 2007, organizado pelo Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, estiveram reunidos representantes de institutos culturais, empresas e governo, oportunidade em que foram divulgados dados sobre a avaliação da economia da cultura no país. As estatísticas apresentadas pelo ministério indicavam o perfil cultural brasileiro e os maiores investidores privados em cultura no Brasil. Segundo dados relatados pelo ministério da cultura, entre os anos de 2003 e 2007, os investimentos realizados via Lei Rouanet e Audiovisual identifica a região Sudeste ainda como responsável por cerca de 80% dos investimentos. Dados também apresentados pelo Sesi (Serviço Social da Indústria) ao jornal O Estado de S. Paulo mostram que até aquele instante somente cinco Estados brasileiros não possuíam legislação própria de incentivo à cultura: Alagoas, Maranhão, Amazonas, Roraima e Rondônia, o que também caracterizava a precariedade da produção e do acesso à cultura pela população, pois, esse fato se agrava quando pensamos que ainda hoje o debate sobre a desigualdade na distribuição de recursos para a produção cultural entre os estados faz parte da pauta de reivindicações.

Em 2008, após a saída de Gilberto Gil e com Juca Ferreira assumindo o Ministério da Cultura, foi lançado a série Diálogos Culturais, uma iniciativa do Ministério da Cultura que pretendia discutir através de Foros e Consulta Pública os

principais avanços e desafios das políticas públicas para a cultura. Um dos pontos em destaque é, mais uma vez, a pretensão de reformulação da Lei Rouanet, criticada pelo ministro Juca por ser o principal mecanismo de financiamento da cultura no Brasil, afirmando que “só no Brasil, o mecenato é pegar dinheiro do Estado para fazer filantropia cultural.”

Como vimos, mesmo com a formatação de programas como o Cultura Viva; com a criação dos Pontos de Cultura, entre outros, o acesso às produções culturais continua restrito a uma pequena parcela da população brasileira – aquelas que habitam, principalmente, regiões estratégicas para a economia de mercado. Segundo Frateschi, ex presidente da Funarte afirma que “até hoje, não temos uma atividade do Programa chegando ao cidadão. É muita reunião, muita discussão que não se encerra e, de repente, é esquecida”.⁶

A exclusão cultural que cerca a sociedade brasileira também foi expressa em 2008 pelo ministério com dados apontando que apenas 13% da população freqüentam salas de cinema durante o ano; 92% da população nunca freqüentou museus; 93,4% jamais freqüentou exposições de artes; mais de 90% dos municípios brasileiros não possuem salas de cinema, teatro, museus ou espaços culturais. As pesquisas e trabalhos relacionados à área da cultura nacional descrevem um quadro no qual os instrumentos responsáveis pelo incentivo e financiamento da produção cultural nacional parecem não terem sofrido mudanças estruturais significativas desde seu estabelecimento a partir da criação da Lei Sarney. Discussões como mudanças na Lei Rouanet e nos Direitos Culturais ocorridas em 2010, apesar de terem levantado pontos fundamentais e estratégicos em ambos os casos, ainda assim, não foram suficientes para alterar o quadro da exclusão cultural e a precariedade dos investimentos na produção e no acesso da população brasileira aos serviços e bens culturais. Ou seja, nesse processo, o mercado ainda continua ditando regras na área da cultura, produzindo e incentivando produtos que possuam determinado apelo mercadológico sob a bandeira da democratização cultural.

Referências

ALBUQUERQUE, Roberto Chacon. *Acordos de livre comércio e Exceção Cultural*. In: Interfaces Brasil/ Canadá. Belo Horizonte, v. 1, n. 3. 2003.

⁶ Entrevista ao site Cultura e mercado, 10 de outubro de 2008. Acesso em 10-10-2008.

- ARRUDA, Maria Armanda do Nascimento. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. In: Revista Tempo Social. Vol. 15, número 2. São Paulo. Novembro, 2003
- BASTOS, Mônica Rugai. *O espelho da nação: a cultura como objeto da política no governo de Fernando Henrique Cardoso*. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo. 2004.
- BEAUDOIN, Louise. La diversité culturelle comme forme de résistance. In: À bâbord: revue sociale et politique. Québec, 2004. Disponível em www.ababord.org
- BENHAMOU, Françoise. *A Economia da Cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BRANT, Leonardo (org). *Diversidade Cultural*. São Paulo: Escrituras Editora; Instituto Pensarte, 2005.
- _____. *Mercado Cultural*. São Paulo: Escrituras Editora; Instituto Pensarte, 2004.
- ____ (org.). *Políticas Culturais*. Barueri: Manole, 2003.
- CABRALE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas; in: RUBIM, Antônio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre. *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: EdUfba, 2007.
- CARON, Rémi. *L'état et La culture*. Paris: Economica, 1989.
- CASTELO, José. Cultura. In: LAMOUNIER, Bolívar; FIGUEIREDO, Rubéns. *A era FHC: um balanço*. São Paulo: Cultura Editores, 2002.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Fapesp/Iluminuras, 1997.
- CONVERNIO ANDRÉS BELLO. *Entre a realidade e os sonhos – a cultura em tratados internacionais de livre comércio e o Alca*. Colômbia, 2003.
- COSTA, Iná Camargo; CARVALHO, Dorberto. *A luta dos grupos teatrais de São Paulo por políticas públicas para a cultura: os cinco primeiros anos da lei de fomento ao teatro*. São Paulo. Cooperativa Paulista de Teatro, 2008.
- EGLEATON, Terry. *A idéia de Cultura*. São Paulo: Editora Unesp, 2005.
- ELIOT, T. S. *Notas para uma definição de cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- FALCÃO, Joaquim Arruda. Política cultural e democracia: a preservação do patrimônio histórico e artístico nacional. In: MICELI, Sérgio. *Estado e Cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984.
- FIGUEIREDO, Rubens; LAMOUNIER, Bolivar (orgs.). *A Era FHC: um balanço*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. Indústrias culturais e capitalismo no Brasil. In: *Em questão*. Porto Alegre, v. 9, n.2, p. 309-326, jul/dez. 2003.

FRANCESCHI, Antonio (org.). *Marketing Cultural: um investimento com qualidade*. São Paulo: Informações Culturais, 1998.

FURTADO, Celso. *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOBBSBAWM. Eric. *A Era dos Extremos: o breve século XX – 1914-1991*. São Paulo. Companhia das Letras, 2005.

JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MORAES, Geraldo; PETERS, Débora (org.). Diversidade Cultural e a Convenção da UNESCO. Congresso Brasileiro de Cinema e Coalizão Brasileira pela diversidade Cultural. 2006.

LESSA, Mônica Leite. Bens e Serviços Culturais: o lugar do Brasil na cena internacional (2001-2006). 32º Encontro Anual da ANPOCS.

MATTELART, Armand. Diversidade cultural e mundialização. São Paulo: Parábola editorial, 2005.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PAIXÃO, Cleiton Daniel Alvaredo. *Política e Cultura na década de 1970: o trabalho do Grupo de Teatro Forja e do Teatro Popular União e Olho Vivo*. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual Paulista, 2008.

PORTA, Paula. Economia da Cultura: um setor estratégico para o país. In: www.cultura.gov.br

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. Barueri: Manole, 2007.

REIS, Paula Felix. Políticas Culturais do governo Lula: desafios do primeiro mandato e prioridades para um segundo. Encontro multidisciplinar em Cultura. Salvador, 2007.

RUBIN, Antonio Albino Canelas (org.). Políticas culturais no governo Lula. Salvador. EDUFBA, 2010.

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SMIERS, Joost. *Artes sob Pressão: promovendo a diversidade cultural na era da globalização*. São Paulo: Escrituras editora/ Instituto Pensarte, 2006.

SOUZA, Márcio. *Fascínio e repulsa: Estado, cultura e sociedade no Brasil*. Rio de Janeiro: Edições Fundo Nacional de Cultura, 2000.

TOLILA, Paula. *Economia da Cultura*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

TAO WU, Chin. *Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo: Boitempo, 2006.

WARNIER, Jean Pierre. *A mundialização da cultura*. Bauru: Edusc, 2003.

WILLIAMS, Raymond. *Palavra chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.