



**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UFRJ
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

MÁRIO FERNANDO MARGUTTI PINTO

**POLÍTICA CULTURAL NA SOCIEDADE
DE CONTROLE: A LEI ROUANET
COMO INSTRUMENTO DE SUBORDINAÇÃO DOS ARTISTAS AO
MARKETING DAS EMPRESAS PATROCINADORAS**

RIO DE JANEIRO – RJ

2011



**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UFRJ
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

MÁRIO FERNANDO MARGUTTI PINTO

**POLÍTICA CULTURAL NA SOCIEDADE
DE CONTROLE: A LEI ROUANET
COMO INSTRUMENTO DE SUBORDINAÇÃO DOS ARTISTAS AO
MARKETING DAS EMPRESAS PATROCINADORAS**

Dissertação de Mestrado apresentada por Mário Fernando Margutti Pinto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – *Campus* da Praia Vermelha, linha de pesquisa “Mídia e Mediações Socioculturais”, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Comunicação, orientado pela Prof^a. Dra. Janice Caiafa.

**RIO DE JANEIRO – RJ
ABRIL DE 2011**



**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UFRJ
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

MÁRIO FERNANDO MARGUTTI PINTO

**POLÍTICA CULTURAL NA SOCIEDADE
DE CONTROLE: A LEI ROUANET
COMO INSTRUMENTO DE SUBORDINAÇÃO DOS ARTISTAS AO
MARKETING DAS EMPRESAS PATROCINADORAS**

Dissertação de Mestrado apresentada por Mário Fernando Margutti Pinto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – *Campus* da Praia Vermelha, linha de pesquisa “Mídia e Mediações Socioculturais”, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Comunicação, orientado pela Prof^a. Dra. Janice Caiafa.

Professora Doutora Janice Caiafa, da Escola de Comunicação da UFRJ

Professor Doutor Paulo Vaz, da Escola de Comunicação da UFRJ

Professor Doutor Leonel Aguiar, do Curso de Comunicação da PUC-RJ

Data da defesa: 08 de junho de 2011

Pinto, Mário Fernando Margutti

Política cultural na sociedade de controle: a Lei Rouanet como instrumento de subordinação dos artistas ao marketing das empresas patrocinadoras / Mário Fernando Margutti Pinto. Rio de Janeiro, UFRJ / ECO, 2011
203 ps. Il.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação, 2011.

Orientação: Professora Doutora Janice Caiafa

Palavras-chaves: Política cultural; Sociedade de controle; Biopolítica; Produção de subjetividade; Mídia

Dedicatória

Dedico este trabalho à memória de meus pais,
Mário e Yolanda, e à minha filha Daniela.

Agradecimentos

À minha orientadora Janice Caiafa,
por suas observações críticas e pelo
acompanhamento atencioso da minha produção.

À minha companheira Alita, pelas
discussões sobre os conceitos aqui
apresentados e pelas indicações bibliográficas.

Ao meu irmão Paulo, por sua colaboração
nas traduções do e para o idioma inglês.

“O *marketing* é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente de nossos senhores. O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua. O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado. É verdade que o capitalismo manteve como constante a extrema miséria de três quartos da humanidade, pobres demais para a dívida, numerosos demais para o confinamento: o controle não só terá que enfrentar a dissipação das fronteiras, mas também a explosão dos guetos e favelas”.

Gilles Deleuze, *Post-Scriptum sobre as sociedades de controle*.

In: **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

RESUMO

No Brasil, a política cultural federal evoluiu de um processo com forte presença do Estado, na Era Vargas e no regime militar, para uma dinâmica caracterizada pela ausência do poder público, quando os preceitos da política econômica neoliberal foram introduzidos no país. A primeira tentativa de entregar a produção cultural para o controle das empresas foi a Lei Sarney, que, por não ter mecanismos adequados de fiscalização, foi extinta, sob fortes suspeitas de corrupção. No seu lugar, foi criada a Lei Rouanet, em 1991, no governo de Fernando Collor de Melo, para funcionar como mecanismo federal de incentivo à produção cultural. Em sua origem, a Lei Rouanet criou três tipos de financiamento: o FNC – Fundo Nacional de Cultura (verbas repassadas diretamente pelo ministério da Cultura ao produtor cultural), o Mecenato (conquista de patrocínio nas empresas privadas e/ou estatais, após a aprovação do projeto pelo MinC) e o FICART – Fundo de Investimento em Carteira (que possibilitava o investimento de risco das empresas em projetos culturais). Na prática, o FNC pouco influenciou no processo, em virtude do baixo orçamento do MinC. O FICART nunca foi implementado. No governo Fernando Henrique Cardoso, a Lei Rouanet foi preservada e sedimentada como o único grande mecanismo de apoio à cultura, deixando a decisão sobre que projetos deveriam ser concretizados nas mãos dos departamentos de marketing das empresas patrocinadoras. Este trabalho investiga se o processo da Lei Rouanet pode ser considerado um instrumento do que Gilles Deleuze denominou *sociedade de controle*, colocando a produção artística a serviço do marketing empresarial, instaurando um processo de *produção de subjetividade* em que os artistas e produtores culturais são instados a funcionar como empreendedores bem sucedidos no mercado capitalista. Quando os ministros Gilberto Gil e seu sucessor, Juca Ferreira, assumiram a pasta da Cultura no governo Lula, perceberam as distorções da Lei Rouanet e planejaram modificá-la, de modo a diminuir o poder das empresas, corrigir desigualdades regionais e democratizar o acesso aos bens culturais. Ferreira, a quem coube propor a mudança no processo, foi duramente atacado pela mídia neoliberal. Esta dissertação se encerra com a análise desse período de polêmica entre o poder público e a mídia, avaliando as posições da imprensa no contexto dos imperativos da sociedade de controle e também as posições dos agentes culturais.

Palavras-chave: Política cultural. Sociedade de controle. Biopolítica. Produção de subjetividade. Mídia.

ABSTRACT

In Brazil, federal cultural policy has evolved from a process with a strong presence of the state, under Vargas' Rule and the Military Regimen, to a dynamics characterized by the absence of public power, when the principles of neoliberal economic policy were introduced into the country. The first attempt to pass cultural production to the control of private companies is represented by the Sarney Law, which was extinct, under strong suspicion of corruption, in virtue of the lack of adequate means of supervision. It was replaced by the Rouanet Law, in 1991, during Fernando Collor de Melo's administration, in order to function as a federal mechanism stimulating cultural production. In its origins, the Rouanet Law established three types of financial support: the FNC – National Fund for Culture (involving the direct transfer of allowances from the Ministry of Culture to the cultural producer), the Patronage (support from private and/or state companies would be obtained after the Ministry of Culture's approval) and the FICART – Fund of Investment Quotes (allowing risk-taking investments of private companies into cultural projects). In practice, FNC had little influence on the process, due to the Ministry of Culture's low budget. FICART was never implemented. During the Fernando Henrique Cardoso administration, the Rouanet Law was preserved and consolidated as the only great mechanism for supporting culture, leaving the decision as to which projects should be supported in the hands of the marketing departments of sponsoring private companies. The present work investigates whether the Rouanet Law's process may be considered an instrument of what Gilles Deleuze denominated *control society*, putting artistic production to the service of the companies' marketing, and establishing a process of *production of subjectivity* in which artists and cultural producers are motivated to function as successful entrepreneurs in the capitalist market. When ministers Gilberto Gil and his successor, Juca Ferreira, took over the Ministry of Culture during Lula administration, they realized the distortions in Rouanet Law and intended to modify it, in order to decrease the power of private companies, to correct regional inequalities and to democratize the access to cultural goods. Ferreira, which was supposed to propose the changes in the process, was strongly attacked by neoliberal media. The present dissertation closes with an analysis of the period involving the polemic between the government and the media, evaluating the positions of the press within the context of the principles of control society as well as the positions of the cultural agents.

Keywords: Cultural Policy. Control Society. Biopolitics. Production of Subjectivity. Mass Media.

SUMÁRIO

RESUMO.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUÇÃO.....	1

1 – HISTÓRICO DAS LEIS FEDERAIS

DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA.....	7
1.1 – A Lei Sarney: mecanismo pioneiro de incentivo à cultura.....	13
1.2 – A campanha de Collor: o uso pioneiro dos conceitos de <i>marketing</i> político.....	22
1.3 – O contexto político e econômico do governo Collor.....	26
1.4 – A política cultural no governo Collor: terra arrasada.....	35
1.5 – As principais características da Lei Rouanet: de Collor a Fernando Henrique Cardoso.....	39
1.6 – As implicações socioculturais da nova política de cultura.....	48

2 – OS EFEITOS DA LEI ROUANET SOBRE OS ARTISTAS

E PRODUTORES CULTURAIS DO RIO DE JANEIRO.....	50
2.1 – As técnicas de poder: da disciplina à biopolítica.....	50
2.2 – O conceito de “dispositivo” em Foucault e Agamben.....	54
2.3 – A passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle.....	59
2.4 – Os efeitos do formulário da Lei Rouanet sobre artistas e produtores culturais.....	62
2.5 – Os efeitos do projeto de <i>marketing</i> cultural.....	80
2.6 – As diferentes vozes dos artistas e produtores culturais.....	88
2.7 – A visão crítica de um artista consagrado.....	98
2.8 – A arte no tempo do Império.....	104
2.9 – A vida e a arte: resistências possíveis.....	107
2.10 – A arte como trabalho imaterial.....	110

3 – A PROPOSTA DE MUDANÇA DA LEI ROUANET, A

REPERCUSSÃO NA IMPRENSA E ENTRE OS AGENTES CULTURAIS.....	115
3.1 – As características do governo Lula na economia e na cultura.....	116
3.2 – Um balanço da gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura.....	121

SUMÁRIO (Continuação)

3.3 – A reação inicial da mídia à proposta de mudança da Lei Rouanet.....	125
3.4 – Análise da reação da grande imprensa à proposta de mudança da Lei Rouanet.....	147
3.5 – O que dizem os agentes culturais sobre da mudança da Lei Rouanet.....	157

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	167
----------------------------------	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	184
--	------------

REFERÊNCIAS NA INTERNET	188
--------------------------------------	------------

ÍNDICE DAS ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – IPCA (Janeiro de 1980-Fevereiro de 2007). Fonte: IBGE.....	29
Tabela 1 – Conjunto das leis na gestão de Fernando Henrique Cardoso. Fonte: MinC.....	41
Gráfico 2 – Evolução dos dispêndios culturais (1995-2002). Fonte: Siafi/Sidor Ipea/MinC.....	47
Figura 1 – Reprodução do cabeçalho do formulário da Lei Rouanet. Fonte: MinC.....	63
Figura 2 – Reprodução da Tabela I do Manual de Preenchimento do Formulário da Lei Rouanet. Fonte: MinC.....	64
Figura 3 – Reprodução da Tabela II do Manual de Preenchimento do formulário da Lei Rouanet. Fonte: MinC.....	65
Figura 4 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à Identificação do Proponente. Fonte: MinC.....	66
Figura 5 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente aos Objetivos do projeto cultural. Fonte: MinC.....	67
Figura 6 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à Justificativa do projeto cultural. Fonte: MinC.....	68
Figura 7 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente às Etapas de Realização do projeto cultural. Fonte: MinC.....	69
Figura 8 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à Realização do projeto cultural. Fonte: MinC.....	69
Figura 9 – Reprodução da Planilha Orçamentária do formulário da Lei Rouanet. Fonte: MinC.....	70
Figura 10 – Reprodução do Plano Básico de Divulgação do Produto Cultural (anexo do formulário da Lei Rouanet). Fonte: MinC.....	71
Figura 11 – Reprodução do Plano de Distribuição do Produto Cultural (anexo do formulário da Lei Rouanet). Fonte: MinC.....	72
Tabela 2 – Cultura: MinC e incentivos fiscais (1995-2002). Fonte: Siafi/Sidor/Ipea/MinC.....	87
Figura 12 – Reprodução de arte da <i>Folha Online</i> sobre as mudanças na Lei Rouanet. Fonte: MinC, APUD <i>Folha Online</i>	127

INTRODUÇÃO

O objetivo desta dissertação é examinar a Lei Rouanet, mecanismo federal de incentivo fiscal à produção cultural brasileira, do ponto de vista da Comunicação. Procuramos apontar e explorar o conjunto de imposições que essa lei implica para a obtenção de recursos de patrocínios nas empresas privadas e/ou estatais, ao qual os artistas e produtores culturais são obrigados a se submeter.

Em nosso estudo, tentamos mostrar que a soma dessas imposições podem ser consideradas como constituidoras de um *dispositivo*, nos termos inicialmente preconizados por Foucault e em linha com o mesmo conceito, expandido por Giorgio Agamben. Examinaremos também a possibilidade de que os efeitos da Lei Rouanet sobre artistas e produtores culturais possam ser vistos como parte de uma instância de *produção de subjetividade*, nos termos cunhados por Felix Guattari. Sugerimos que os agentes culturais envolvidos acabam por se encaixar num processo estruturado pelo sistema capitalístico brasileiro para gerar *empreendedores do mercado cultural*, submissos aos *critérios de marketing das empresas patrocinadoras*. Também tentamos mostrar que o dispositivo da Lei Rouanet pode ser visto como um instrumento do que Gilles Deleuze denominou de *sociedade de controle*.

Como metodologia, utilizamos a pesquisa histórica e bibliográfica ligada ao tema, o estudo dos artigos acadêmicos sobre as políticas culturais brasileiras e seus contextos socioeconômicos, e a aplicação dos conceitos dos pensadores acima relacionados à situação brasileira. Fizemos também uma pesquisa de inspiração etnográfica, que consistiu em entrevistas obtidas junto a agentes culturais da cidade do Rio de Janeiro e em observação participante. Temos uma grande experiência profissional no campo da consultoria para artistas e produtores culturais, desenvolvida em dez Estados da Federação, nos campos da elaboração de projetos, uso das leis de incentivo fiscal à cultura, gestão cultural, técnicas de negociação com patrocinadores e políticas públicas de cultura – por este motivo, escolhemos o tema da dissertação e não tivemos dificuldade em conseguir grande número de entrevistados, pois tivemos contatos profissionais prévios com todos os que participaram das entrevistas registradas em nossa pesquisa.

O público-alvo da nossa pesquisa de inspiração etnográfica foi constituído pelos artistas e produtores culturais radicados ou atuantes na Cidade do Rio de Janeiro, que foi

escolhida como recorte geográfico do nosso trabalho porque ela concentra grande volume de recursos financeiros movimentados a partir da Lei Rouanet.

Para utilizar as vantagens fiscais concedidas pela Lei Rouanet, os artistas e produtores culturais precisam, em primeiro lugar, conseguir a certificação do seu projeto no Ministério da Cultura. Esta primeira imposição implica em aprender os princípios conceituais da Lei Rouanet, incorporar a divisão classificatória da produção artística e cultural em diferentes áreas e segmentos, conhecer os trâmites e as nuances da burocracia governamental para enquadramento dos projetos e também aprender a preencher adequadamente o formulário padronizado criado pelo Ministério da Cultura para recepção e análise de projetos.

Esse processo de enquadramento de projetos é um verdadeiro ritual burocrático, que em nosso estudo será visto como um *dispositivo*, no sentido desenvolvido por Giorgio Agamben quando esse autor amplia o alcance do conceito a partir do texto de Michel Foucault.

Nessa perspectiva, a Lei Rouanet é aqui examinada como um processo que orienta a produção artística e cultural do país na direção do mercado, da arte vista na sua condição de mercadoria, de produto como outro qualquer, que necessita de um novo saber, a aprendizagem das estratégias de *marketing* que asseguram a conquista do patrocínio empresarial como caminho praticamente único para a viabilização dos projetos culturais. Nesse horizonte, procuramos mostrar como a lei cria diversas imposições para os artistas e produtores culturais: o preenchimento de formulários padronizados, o atendimento a exigências burocráticas, o disciplinamento da linguagem e da formatação de projetos, a elaboração de projetos de *marketing* cultural para captação de patrocínio, a aprendizagem de técnicas de negociação com executivos de empresas patrocinadoras, os procedimentos capitalísticos de gestão e divulgação de projetos, entre outras necessidades – configuram, em nossa hipótese, uma verdadeira subordinação da produção artística aos critérios de comunicação corporativa e de *marketing* das empresas patrocinadoras.

No Capítulo 1 será apresentado um histórico das leis de incentivo fiscal à cultura, começando pela Lei Sarney, que foi primeiro mecanismo federal de incentivo à cultura que permitiu às empresas privadas brasileiras gozarem de incentivos fiscais, descontando do imposto de renda os valores aplicados no patrocínio de projetos culturais. As políticas culturais federais anteriores à Lei Sarney também serão brevemente comentadas (o período getulista e a ditadura militar), por terem sido marcadas justamente pela forte presença do

estado no setor, considerado como questão de *segurança nacional*. Eram, portanto, políticas do tipo *Estado máximo*.

Em seguida será mostrado o histórico da Lei Rouanet, instrumento criado no governo Collor, presidente que ficou atrelado ao Consenso de Washington, promoveu a desmontagem da máquina estatal e aderiu às teses neoliberais de abertura da economia, Estado mínimo e mercado livre. Como estamos no âmbito de uma dissertação voltada para questões ligadas à Comunicação, também será comentada a campanha de Fernando Collor de Mello à presidência da República, uma vez que ele foi o primeiro político brasileiro a utilizar os princípios de *marketing político* comumente utilizados nos Estados Unidos, nos elementos de comunicação da sua candidatura. Em seguida, mostraremos como o processo de entrega do financiamento da produção cultural às empresas atingiu o seu auge no governo Fernando Henrique Cardoso.

Com base em estatísticas de órgãos federais, procuraremos mostrar como a Lei Rouanet, aparentemente nobre em seus princípios originários, desvirtuou-se totalmente de suas finalidades, contribuindo para elitizar e concentrar os recursos de patrocínio no eixo Rio/São Paulo e para ficar estritamente a serviço dos interesses de *marketing* das empresas, fenômeno que não coincide com os objetivos de desenvolvimento cultural do país.

No Capítulo 2, serão analisados os efeitos da Lei Rouanet sobre os artistas e produtores culturais do Rio de Janeiro, com o objetivo de chegar ao cerne da nossa questão, que é a de examinar se a Lei Rouanet pode ser vista como um dispositivo de *domesticação* dos artistas e produtores culturais (com apoio nos textos de Foucault e de Agamben) e também como uma técnica de poder biopolítico, segundo os termos concebidos por Foucault, para quem a biopolítica “não exclui a técnica disciplinar, mas que a embute, a integra, que a modifica parcialmente e que, sobretudo, vai utilizá-la implantando-se de certo modo nela, e incrustando-se efetivamente graças a essa técnica disciplinar prévia” (FOUCAULT, 2002, p. 289).

O controle biopolítico não se dirige mais ao indivíduo e ao seu corpo, mas sim à população como um todo, procurando administrar vetores como “um conjunto de processos como a proporção dos nascimentos e dos óbitos, a taxa de reprodução, a fecundidade de uma população etc.” (Ibidem, 2002, ps. 289 e 290). Em seguida, tentaremos mostrar que, com o passar do tempo, as técnicas biopolíticas de controle, que começaram vinculadas à preservação da saúde da força de trabalho, se estenderam a outros setores da vida social, da

produção agrícola às condições de moradia nas grandes cidades, do sistema educacional aos mecanismos de controle homeostático da economia. Com base nessa constatação, observa-se que o nosso objeto de estudo – a Lei Rouanet – se destinou, desde sua criação, a dois segmentos específicos da população brasileira: de um lado, os artistas e produtores culturais; do outro, os empresários patrocinadores. Em relação ao dispositivo anterior – a Lei Sarney – ela deu seguimento a uma campanha racional que tinha duplo objetivo *biopolítico*: adestrar, em escala nacional, os artistas e produtores culturais para procurar recursos financeiros junto às empresas, não mais junto ao poder público e ao mesmo tempo adestrar, também em escala nacional, os executivos das grandes empresas a prover os recursos financeiros para a produção cultural através do regime de patrocínio, de modo a compensar a carência de recursos federais na área cultural.

Para mostrar que esse processo de adestramento passou a fazer parte do cotidiano dos artistas e produtores culturais do Rio de Janeiro, recorte do nosso trabalho, faremos a análise da estrutura do formulário da Lei Rouanet, na estrutura disponibilizada pelo Ministério da Cultura nos primeiros anos de funcionamento da lei, para demonstrar que ele é um elemento de comunicação que passou a exigir novas formas de mediações dos artistas e produtores culturais, a ponto de funcionar como um dispositivo de adestramento característico da biopolítica, pois treina os agentes culturais a ingressar, aos poucos, no mercado dos patrocínios que transforma a arte em produto, em mercadoria subordinada às estratégias de *marketing* das empresas. O formulário é analisado em cada um dos seus sete módulos estruturais, além dos módulos anexos intitulados *Plano Básico de Divulgação* e *Plano de Distribuição do Produto Cultural*.

Neste cenário, torna-se viável falar de *produção de subjetividade*, nos termos propostos por Guattari, que descarta o conceito tradicional de sujeito, como o cartesiano, por exemplo, para apresentar “a idéia de uma subjetividade de natureza industrial, maquinica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida” (GUATTARI e ROLNIK, 2007, p.33).

O formulário da Lei Rouanet, na sua aparente neutralidade tecnoburocrática, com o tempo se tornou parte de um processo contínuo de formação dos artistas e produtores culturais para atuarem a serviço do *marketing* das empresas.

Na sequência do Capítulo 2, serão apresentadas entrevistas com artistas e produtores culturais cariocas de diversas áreas e segmentos que, a nosso ver, chegam a comprovar que o

processo de produção de subjetividade – envolvendo os dispositivos e instrumentos de controle – é efetivo e visa a transformar artistas em empresários sob a tutela mercadológica das empresas patrocinadoras.

A essa altura, a dissertação chega ao patamar da luta política, onde a arte pode começar a ser vista como trabalho imaterial, nos termos propostos por Michael Hardt e Toni Negri em sua obra *O Império*. Recolhemos em *Vida capital – ensaios de biopolítica*, de Peter Pál Pelbart, um ótimo resumo das idéias principais de Negri e Hardt: “O Império é uma nova estrutura de comando, em tudo pós-moderna, descentralizada e desterritorializada, correspondente à fase atual do capitalismo globalizado” (PELBART, 2003, p. 81). Diferentemente do antigo sistema de dominação, do *imperialismo* caracterizado pela opressão dos países colonizadores sobre os países colonizados, o Império “é sem limites e sem fronteiras, em vários sentidos: engloba a totalidade do espaço do mundo” (Idem, p. 81). Além disso, “apresenta-se como fim dos tempos, isto é, ordem a-histórica, eterna, definitiva, e penetra fundo na vida das populações, nos seus corpos, mentes, inteligência, desejo, afetividade” (Ibidem, p. 81).

Para Pelbart, o “Império coincide com a sociedade de controle, tal como Deleuze, na esteira de Foucault, a havia tematizado” (Ibidem, p.81). A visão de Foucault é atualizada, na esteira de Deleuze: “Em substituição aos dispositivos disciplinares que antes formatavam nossa subjetividade, surgem novas modalidades de controle” (Ibidem, p. 81).

O Capítulo 2 será encerrado com a tentativa de mostrar que, a despeito de todas as forças hegemônicas da sociedade de controle, a própria vida reage, e o mundo da arte não poderia ser diferente. É assim que surgem formas rebeldes de manifestação artística, nas periferias ou nas ruas dos bairros ricos, os coletivos com propostas anti-individualistas, as formas de expressão que trazem em seu corpo códigos que impedem a transformação da arte em mercadoria.

Neste capítulo, contaremos com as observações de Janice Caiafa, presentes em sua obra *Notas sobre Arte, Técnica e Poder*, com o objetivo de realçar que a arte precisa ser vivenciada como uma singularidade para preservar sua potência revolucionária.

No Capítulo 3, serão examinadas as diversas modificações que o cantor e compositor Gilberto Gil, depois que assumiu o Ministério da Cultura, promoveu na política federal de cultura. Quando Gil renunciou à pasta e Juca Ferreira assumiu o cargo, já estava instaurada, entre dirigentes e funcionários do Ministério da Cultura, uma visão crítica da Lei Rouanet.

Foi, inclusive, encomendada ao IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, pelo Ministério da Cultura, sobre o uso da Lei Rouanet pelas empresas. O resultado mostrou que as empresas diminuíram, ao longo do tempo, o investimento de recursos próprios, patrocinando, na maioria dos casos, projetos que gozavam de 100% de incentivos fiscais. Ou seja: os patrocínios passaram a ter um máximo de dinheiro público e um mínimo de dinheiro privado, sem que o Ministério da Cultura ganhasse qualquer forma de prestígio no processo.

A idéia de modificar a Lei Rouanet, que já era bem acolhida pelos integrantes do MinC desde os primórdios da gestão de Gilberto Gil, ganhou finalmente corpo no mandato de Juca Ferreira. Antes de mudar a lei, o novo ministro da Cultura participou de encontros nas cinco regiões do país, para explicar aos agentes culturais brasileiros suas intenções, tendo como propósito principal ampliar os recursos repassados diretamente aos artistas e produtores culturais pelo poder público, através da criação de fundos setoriais de cultura.

O processo dessa tentativa de modificação da Lei Rouanet será o assunto central do Capítulo 3 da dissertação, mostrando, em especial, como a grande mídia nacional tomou a defesa do capital e se posicionou frontalmente contra os objetivos do ministro. Também será mostrada a reação dos artistas e produtores culturais que formavam a pequena casta de privilegiados pelo processo de obtenção de patrocínios incentivados, que obviamente não desejavam (e ainda não desejam) perder a hegemonia que conquistaram, submetendo-se ao *marketing* empresarial.

Este capítulo apresentará, ainda, uma segunda pesquisa de inspiração etnográfica, lastreada em entrevistas com agentes e produtores culturais cariocas, para avaliar suas expectativas em relação ao novo processo pretendido para a Lei Rouanet, pelos dirigentes do Ministério da Cultura daquela época.

1 – HISTÓRICO DAS LEIS FEDERAIS DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA

No Brasil foram criadas duas leis federais de incentivo à cultura: a Lei Sarney, em julho de 1986, e a Lei Rouanet, em dezembro de 1991. Ambas representaram uma tentativa do poder público federal de atrair a participação financeira da iniciativa privada na produção cultural do país. Na prática, a criação desses dois dispositivos legais obrigou os artistas e produtores culturais brasileiros a modificar seus processos de comunicação com o poder público e a aprender novos processos de comunicação com os executivos das empresas privadas – e, posteriormente, dos executivos das empresas estatais – com poder de decisão sobre o patrocínio de projetos culturais. Novos gêneros de *mediações socioculturais* precisaram ser aprendidos pelos artistas e produtores culturais, inclusive nas suas relações com os órgãos midiáticos, de modo que, como tentaremos demonstrar ao longo deste estudo, os atores da criatividade artística sofreram um processo gradual e constante de *condução de suas condutas* (nos termos definidos por Michel Foucault), que teve como principal resultado a produção de subjetividades “empreendedoras” dentro do universo que se conformou como o *mercado cultural brasileiro*.

Foi criada uma pequena elite de subjetividades empreendedoras, pró-ativas e competitivas, porém todas igualmente submissas às políticas de comunicação organizacional e aos planos de *marketing* das empresas patrocinadoras. Como um todo, o processo gerou um tipo de arte *sob medida* para os interesses empresariais: os projetos culturais se atrelaram, por um lado, ao chamado *marketing institucional*, que é considerado um vetor capaz de agregar valores positivos à imagem corporativa da empresa patrocinadora, gerando simpatia para sua existência e suas marcas de produtos e proporcionando a fidelização de um número cada vez maior de clientes. Por outro lado, houve atrelamento ao *marketing de produtos e serviços*, que consolidou o patrocínio de projetos culturais como força capaz de ampliar as vendas pelo mecanismo publicitário de associação do produto cultural com as marcas empresariais, na memória ativa do público-alvo (o patrocínio só é concedido quando o público do projeto cultural é o mesmo público-alvo dos produtos e serviços da empresa patrocinadora).

Já os artistas e pequenos produtores culturais que não conseguiram aprender as regras do jogo ou que se recusaram a dele participar, constituem a maioria e ficaram excluídos do acesso à fonte de recursos financeiros empresariais – sem que o poder público tenha oferecido alternativas efetivamente compensatórias. Como veremos mais adiante, desde que a Lei

Sarney foi criada, o poder público federal se absteve gradativamente de prover recursos para a área cultural, deixando os artistas e produtores totalmente à mercê dos critérios e decisões empresariais.

Em resumo, podemos dizer que o avanço do capitalismo, ao promover concentrações de poder econômico e político no Brasil, a partir do final da década de 80, resultou em dinâmicas de subordinação da produção artística aos critérios empresariais e em exclusão dos agentes que não souberam ou que se recusaram a aderir a este novo processo, que também resultou numa espécie de *homogeneização* das formas de produção artística, sacrificando na arte alguns de seus valores mais preciosos: a *liberdade de criação*, a *potência crítica da arte*, a *originalidade* e a *singularidade*.

A Lei Sarney, primeiro dispositivo legal a deslocar a relação dos artistas e produtores culturais das fontes de recursos públicos para as gerências de marketing das empresas foi consequência de um esforço pessoal do político José Sarney, iniciado no tempo em que ele era senador e materializado somente quando o maranhense assumiu a presidência da República após a morte inesperada de Tancredo Neves.

Quando era senador pelo Maranhão (Arena-MA), Sarney apresentou um projeto de lei para conceder benefícios fiscais, na área do Imposto de Renda, a toda operação de caráter cultural ou artístico. Dessa data (26 de setembro de 1972) até a assinatura do decreto que regulamentou a chamada Lei Sarney (3 de outubro de 1986), o autor fez cinco tentativas para viabilizar as suas idéias e o projeto inicial passou por várias alterações. A lei Nº 7.505, finalmente aprovada, recebeu o nome de seu autor por conta de sua determinação para conseguir a aprovação da proposta. Pela primeira vez na história do país, a iniciativa privada poderia passar a investir recursos financeiros em projetos culturais. Ao anunciar a nova Lei, o então presidente José Sarney previu a criação de “um renascimento cultural no Brasil”, que se intensificaria “nos próximos anos”.

A Lei Sarney marcou, assim, um deslocamento do poder federal na gestão do campo cultural. Antes da criação da primeira lei de incentivos fiscais à cultura, o que existia era uma política cultural estatizada, iniciada no tempo de Getúlio Vargas e seu Estado Novo e que prosseguiu, com outros objetivos, durante o período da ditadura militar. Nesses dois períodos, a cultura era financiada pelos cofres públicos, pois o Estado se propunha ao máximo controle do campo cultural brasileiro.

A socióloga e pesquisadora Mariella Pitombo, da Universidade Federal da Bahia, em seu artigo *Sintomas dos deslocamentos de poder na gestão do campo cultural no Brasil – uma leitura sobre as leis de incentivo à cultura*¹, fez um bom resumo dessas duas políticas culturais de cunho autoritário e marcadas por forte intervenção estatal:

O estatismo populista de Getúlio Vargas e o período da ditadura militar, em maior medida, são os momentos históricos mais ilustrativos em que o setor cultural foi alvo de ciosas intervenções por parte do Estado. Paradoxalmente, é justamente em momentos de regimes políticos ditatoriais que vão se forjar experiências fundamentais para a consolidação do aparato burocrático que suportou o desenvolvimento de um circuito da produção cultural, seja através da criação de uma malha institucional de órgãos especializados, seja mediante o fomento um modelo capitalista que possibilitou a emergência das indústrias culturais (PITOMBO, 2004).

Quanto às diferenças entre os objetivos culturais do getulismo e do regime militar, Mariella Pitombo realça as características que predominaram nesses dois períodos históricos:

Se na ditadura getulista a intervenção do aparelho estatal na cultura tinha como meta principal “criar uma nação”, tendo na apropriação e re-elaboração dos símbolos populares da cultura um meio privilegiado para tal fim, já durante o regime militar pós-64, a elite dirigente tinha como propósito garantir a segurança e a integração do país, tendo como argamassa dessa união nacional o promissor mercado de bens simbólicos que começava a se consolidar (Idem, 2004).

Para Pitombo, a semelhança entre esses dois regimes de governo residiu no fato de que, em ambos os períodos, “o Estado, apoiado, sobretudo, em um projeto econômico modernizador autoritário, atuou como um agente decisivo na organização e gestão do campo cultural” (Ibidem, 2004). Para a pesquisadora, o controle do Estado foi exercido “coibindo determinadas expressões artístico-culturais através de mecanismos de censura ou incentivando outras manifestações e grupos de intelectuais partidários do regime” (Ibidem, 2004). Por outro lado, a política estatal, de cunho intervencionista, propiciou “o fortalecimento da área através da criação de instituições culturais ou ainda fomentando o capitalismo de forma a promover a consolidação das indústrias do simbólico” (Ibidem, 2004). Para Pitombo, a ingerência estatal, nesses dois períodos, “fez emergir uma longa tradição em que a gestão da cultura ficou sob

¹ O artigo é fruto da dissertação *Política cultural na Bahia: o caso do Fazcultura*, defendida em 2004, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Faculdade de Comunicação/Universidade Federal da Bahia). Artigo publicado no livro *Temas contemporâneos*. Salvador: Editora FIB, 2006, v. 01, p. 56-62.

seu comando [do Estado], quase que exclusivamente, tornando-se até mesmo uma questão de segurança nacional” (Ibidem, 2004).

Nesse horizonte, os regimes autoritários de Vargas e dos militares recobriram o campo cultural com códigos de valores nacionalistas e ferrenhamente anticomunistas, alçando-o à condição de setor com importância estratégica para o que chamavam de *segurança nacional*.

Com o fim da ditadura militar, o Brasil, país de economia periférica, foi atrelado à nova ordem econômica mundial globalizada, que, como bem observou Pitombo, é “regulada mais intensamente pelo processo de acumulação flexível do capital e pelo incremento nos fluxos informacionais” (Ibidem, 2004). Nesse novo cenário econômico internacional, “alguns projetos políticos, como a construção ou mesmo a integração da nação, passam a não fazer mais sentido em meio à espiral de metamorfoses sociais, políticas e econômicas que acabou por debilitar a hegemonia do clássico sistema de Estados-Nações” (Ibidem, 2004).

O neoliberalismo ganhou espaço e o papel do Estado foi redefinido. A natureza do poder estatal e suas esferas de operação também se alteraram. Prossegue Pitombo: “Ele [o Estado] passa a perder lentamente seu espaço de ator protagonista das mudanças estruturais do país”. A desregulamentação das funções do Estado, no campo da economia e do social tornou-se uma tendência apresentada como *irreversível* pelos defensores da diminuição do Estado e do livre mercado, regulado pela famosa *mão invisível* de Adam Smith.

A consequência desse processo, conforme a análise de Pitombo, é que estamos presenciando, nas últimas duas décadas, “uma crescente privatização das principais atividades antes exercidas preponderantemente pelos governos”, num processo em que “os poderosos conglomerados econômicos passam a ser os atores protagonistas na definição das regras que ordenam as mais diversas práticas sociais e econômicas das sociedades” (Ibidem, 2004). O campo cultural também passou a ser ordenado por essas novas práticas, dominadas pelos conglomerados econômicos.

O nascimento da Lei Sarney coincide, portanto, com o momento histórico em que a economia brasileira foi obrigada a atrelar-se a uma nova ordem econômica internacional, na qual passou a caber ao Estado “uma atuação revestida de um caráter eminentemente empresarial, enquanto agente articulador, normativo, regulador e indutor de desenvolvimento – já que entrou definitivamente numa era de delegação, privatização e desregulamentação” (COMAROFF, 1997, APUD PITOMBO, 2006). Com a Lei Sarney, o Estado abandonou o clássico papel de provedor e de interventor principal das várias esferas da vida social.

Mariella Pitombo resume desta forma a mudança do papel do Estado:

Diante da crise de governabilidade que o governo brasileiro enfrentou no fim da década de 80, em meio à explosão de demandas da sociedade civil não atendidas pelo poder local, a Carta Magna estabeleceu três atuações distintas do Estado na ordem econômica nacional, a saber: o de fiscalizador, de incentivador e planejador. Delineia-se, desse modo, um modelo baseado na livre iniciativa, em que suas funções voltam-se para o incentivo à iniciativa privada, de modo que o Estado comparece muito mais num plano da multilateralidade do que da unilateralidade que marcou, por exemplo, os tempos do Estado totalitário (CESNIK, 2003; CARVALHO e TEIXEIRA, 1998, APUD PITOMBO, 2004).

Quando surgiu, a Lei Sarney foi saudada como um novo tempo para o setor cultural, que passaria finalmente a ter a oportunidade de desenvolver-se com base em recursos adicionais da iniciativa privada. O jornalista paranaense Aramis Millarch, por exemplo, na qualidade de profissional da imprensa dedicado à área cultural, em artigo de opinião publicado no jornal *Estado do Paraná* em 20 de junho de 1986, comentou o surgimento desse dispositivo legal numa perspectiva otimista: “Nunca um projeto de lei teve tamanha unanimidade e representou tanta esperança para a cultura brasileira quanto a chamada Lei Sarney, que concede incentivos fiscais à aplicação de recursos na área cultural” (MILLARCH, 1986). Após constatar que, no Paraná, as grandes e as pequenas empresas pouco participavam do processo de apoio à cultura local, Millarch encerrou sua matéria estimulando os empresários paranaenses a aderirem aos novos tempos do apoio à cultura, convicto de que o chamariz dos benefícios fiscais constituiria um atrativo suficiente para a iniciativa privada:

Agora, com os estímulos que a Lei Sarney trará para aplicação em projetos culturais – dentro de uma regulamentação que terá de ser rígida, para evitar descaracterização do espírito do projeto – espera-se que as coisas melhorem no Paraná. E que nossos empresários, tão unhas-de-fome em liberar recursos para o que se relaciona à arte e cultura deixem a mesquinhez de lado e, ao menos estimulados pela possibilidade de descontarem no Imposto de Renda o que vier a aplicar, transformem-se em mecenas culturais. Entre o Leão e as Artes, a opção não é difícil (Idem, 1986).

A primeira lei federal de incentivos fiscais do país, porém, teve vida curta: durou apenas quatro anos, de 1986 a 1990, embora fosse um instrumento bastante flexível em seus procedimentos burocráticos. Exigia somente um cadastramento prévio dos proponentes no

ministério da Cultura. As instituições e os produtores culturais responsáveis pela autoria dos projetos que pretendiam pleitear o benefício ficaram totalmente ao sabor da livre iniciativa do mercado em questões como negociação de valores e captação de recursos.

As propostas não passavam por nenhum crivo de seleção e aprovação técnica por parte do poder público. Além disso, o processo de cadastramento logo foi dado por concluído, restringindo as possibilidades de captação de patrocínio apenas às empresas culturais que conseguiram se cadastrar no ministério num determinado período de tempo. Como se não bastassem esses problemas, o processo de acompanhamento dos projetos culturais e de prestação de contas de cada um eram muito precários, o que deu margem a denúncias e acusações de fraudes fiscais.

Mariella Pitombo nos dá a seguinte conclusão sobre os resultados da Lei Sarney, apoiando-se também em dados obtidos pelo sociólogo José Carlos Durand, da USP, e por José Álvaro Moisés (que foi chefe de gabinete do ministério da Cultura no governo Fernando Henrique Cardoso):

Embora até hoje não se tenha informações mais precisas sobre a distribuição dos recursos mobilizados pela lei [Sarney], por sua origem e destino, cogita-se, por exemplo, que um montante de 400 milhões de dólares foram captados durante sua vigência (DURAND, 1997, APUD PITOMBO, 2004); no entanto, há também quem declare que a Lei Sarney movimentou cerca de 110 milhões de dólares no apoio às artes e à cultura do país (MOISÉS, 2002, APUD PITOMBO, 2004).

A Lei Sarney foi oficialmente extinta em 1990, quando Fernando Collor de Mello assumiu a presidência e revogou todas as leis de incentivo fiscal federal que estavam em vigência no país. Como veremos mais adiante, naquele momento, o país adotava mais intensamente um modelo de gestão identificado com o neoliberalismo econômico, modelo este que, segundo Guy Hermet, citado por Mariela Pitombo em seu artigo, reflete-se numa postura favorável à diminuição da presença do Estado e favorável às privatizações:

[O neoliberalismo] se opõe, sem qualquer dissimulação, ao dirigismo tradicional do Estado latino-americano, à manutenção de um exuberante setor industrial e bancário nacionalizado, à proliferação de funcionários e ao laxismo monetário e orçamentário. As privatizações, a liberalização do comércio, a livre circulação dos capitais, a supressão das barreiras protecionistas e das rendas de situação industriais ou sindicais, constituem, nesse projeto, imperativos que não se podem eludir (HERMET, 2002, p.44-45).

Marcado por forte tendência neoliberal, o governo Collor buscou sustentação numa ideologia pautada na crença de que a atividade cultural – assim como qualquer outro setor “produtivo” – poderia autogerir-se, bastando para sua regulação tão somente as leis do mercado. Numa gestão de triste memória para o setor cultural, Collor e o cineasta Ipojuca Pontes, por ele nomeado para assumir a secretaria de Cultura (que substituiu o ministério da Cultura) iniciaram um processo de desmonte das instituições federais que anteriormente davam suporte à produção cultural no país.

Aconteceu na gestão Collor a promulgação, em 1991, da segunda e nova lei federal de incentivo fiscal à cultura, em vigor até hoje: a Lei Rouanet, assim denominada por ter sido elaborada pelo então ministro da Cultura Sérgio Paulo Rouanet. O novo dispositivo legal foi claramente inspirado na extinta Lei Sarney e seus princípios eram praticamente os mesmos: estimular a participação da iniciativa privada no fomento à produção cultural brasileira, através da concessão de benefícios fiscais aos potenciais patrocinadores. Mas diferenciava-se da Lei Sarney por duas características fundamentais:

a) A Lei Rouanet introduziu um procedimento de aprovação prévia dos projetos por parte de uma comissão composta por representantes do governo e das entidades culturais, inaugurando assim um modelo de análise que viria a ser adotado pela maioria das leis de incentivos fiscais criadas, a partir de então, no âmbito dos estados e dos municípios da Federação;

b) A nova Lei também instituiu um sistema mais rigoroso de fiscalização governamental, pois exige a prestação de contas dos recursos de patrocínio privado aplicados em projetos culturais. Essa prestação de contas deve ser feita pelos produtores culturais após a realização de cada projeto e a Lei prevê punições para aqueles que fizerem uso indevido das verbas públicas de renúncia fiscal.

Veremos, a seguir, com maiores detalhes, as características dessas duas leis federais e seus respectivos contextos políticos e socioeconômicos.

1.1 – A Lei Sarney: mecanismo pioneiro de incentivo à cultura

A primeira lei federal de incentivo fiscal à cultura foi criada pelo primeiro presidente civil do país após o regime militar, o maranhense José Sarney. Naquela época, o presidente deveria ter sido Tancredo Neves, um dos líderes do processo de transição democrática e do

movimento *Diretas Já*. Ele foi eleito em pleito indireto (480 votos), colocando ponto final em duas décadas obscuras e violentas da História do Brasil. A ansiedade de todo o país pela sua posse e pela reorganização política da sociedade brasileira, ainda amedrontada pelos efeitos da ditadura militar, percorria o país de norte a sul, como uma espécie de terremoto cívico.

Apesar de indireta, a eleição de Tancredo foi recebida com grande entusiasmo pela maioria dos brasileiros. Mas Tancredo não chegou a assumir a presidência. Na véspera de sua posse, foi internado no Hospital de Base, em Brasília, com fortes dores abdominais e José Sarney tomou seu posto como interino no dia seguinte, 15 de março de 1985. Depois de sete intervenções cirúrgicas, o político mineiro faleceu em 21 de abril, aos 75 anos de idade, vítima de infecção generalizada. A comoção nacional foi inevitável. O seu funeral, transmitido pela televisão, foi um raro espetáculo de demonstração da dor e frustração de todo um povo, tantas eram as esperanças que haviam sido depositadas em seu mandato. No dia 22 de abril, Sarney foi investido oficialmente no cargo. Ele governou até 1990, um ano a mais que o previsto na carta-compromisso da Aliança Democrática, através da qual chegou ao poder.

Antes de criar a primeira lei federal de incentivo fiscal à cultura, Sarney inovou administrativamente e criou o ministério da Cultura, através do Decreto Nº 91.114, de 15 de março de 1985. O primeiro ministro foi o político mineiro José Aparecido de Oliveira, criador da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. Com a criação do ministério da Cultura, reconhecia-se, assim, a autonomia e a importância desta área fundamental, cujas ações até então eram articuladas em conjunto com a pasta da Educação.

Em seu primeiro CONSIDERANDO², o Decreto que deu nascimento ao ministério da Cultura justifica a criação da pasta com o argumento de que

o crescimento econômico e demográfico do País, a expansão da rede escolar e universitária, a complexidade cada vez maior dos problemas ligados à política educacional, nas suas diferentes funções no desenvolvimento nacional, bem como o enriquecimento da cultura nacional, decorrente da integração crescente entre as diversas regiões brasileiras e da multiplicação das iniciativas de valor cultural, tornaram a estrutura orgânica do ministério da Educação e Cultura incapaz de cumprir, simultaneamente, as exigências dos dois campos de sua competência na atualidade brasileira;

² Publicado no Diário Oficial da União, no dia 15/03/1985, Página 4.773, Coluna 2.

O segundo CONSIDERANDO³ partiu da constatação de que os assuntos culturais e educacionais haviam passado por “transformação substancial nas últimas décadas”, o que suscitaria, em relação às duas áreas, “a necessidade de métodos, técnicas e instrumentos diversificados de reflexão e administração” e a exigência de “políticas específicas bem caracterizadas, a reclamarem o desmembramento da atual estrutura unitária em dois ministérios autônomos”.

O terceiro CONSIDERANDO⁴ reconhecia que, historicamente, a área cultural permanecia em sono letárgico, à sombra dos incessantes problemas do setor educacional brasileiro: “os assuntos ligados à cultura nunca puderam ser objeto de uma política mais consistente, eis que a vastidão da problemática educacional atraiu sempre a atenção preferencial do ministério”.

O quarto e último CONSIDERANDO⁵ afirmava, categoricamente, que “a situação atual do Brasil”, na época, não poderia mais “prescindir de uma política nacional de cultura”, que fosse “consistente com os novos tempos e com o desenvolvimento já alcançado pelo País”.

Uma vez separada da Educação, a área cultural começou a ser pensada em sua especificidade no plano federal. Essa nova conjuntura possibilitou o florescimento e maior autonomia do setor cultural, estimulando inclusive, pelo país afora, a criação de Secretarias Estaduais e Municipais autônomas, igualmente desmembradas da sua antiga irmã siamesa, a Educação. Uma das principais conseqüências dessa transformação foi a percepção da cultura em sua dimensão *econômica*, como campo gerador de trabalho e renda, capaz de contribuir para os diversos PIBs – municipais, estaduais e nacional. Desta forma a cultura, além de suas dimensões humanistas, antropológicas e sociais, passou também a ser percebida como um *mercado*.

Com a criação do ministério da Cultura, a área cultural pôde, por um lado, crescer enquanto esfera com características próprias e com relativa autonomia. Por outro lado, a esfera federal deixou de pensar e de praticar políticas conjuntas para as duas pastas. Mesmo nos dias de hoje, no *site* do atual Ministério da Cultura, em texto intitulado *Cultura e*

³ Idem.

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem.

*Educação – contribuir para qualificar a educação formal e a formação cidadã dos brasileiros*⁶, pode-se ler este lamento por uma lacuna não preenchida ao longo dos anos:

A estreita relação entre educação e cultura nos processos de formação da cidadania ressalta o caráter indispensável das ações de integração das manifestações intelectuais e artísticas nas práticas pedagógicas de ensino formal e informal. A correção da fratura entre as formulações e o planejamento das políticas relacionadas às duas áreas deve ser o foco de ações articuladoras das diversas instâncias e esferas da administração pública.

Conforme o Decreto que o criou, o ministério da Cultura possuiu, a princípio, duas grandes áreas de competência⁷:

- I - letras, artes, folclore e outras formas de expressão da cultura nacional;
- II - patrimônio histórico, arqueológico, artístico e cultural.

Além da estrutura convencional (gabinete, secretaria, coordenações, órgãos de planejamento, consultoria etc.), a nova pasta incorporou, diretamente presididos pelo ministro, o CFC – Conselho Federal de Cultura, o CNDA – Conselho Nacional de Direito Autoral e o CONCINE – Conselho Nacional de Cinema.

Já os órgãos de administração indireta (subordinados ao ministro, mas geridos por pessoas por ele nomeadas) eram os seguintes: uma sociedade de economia mista, a antiga EMBRAFILME – Empresa Brasileira de Filmes S/A, e quatro fundações públicas: a FUNARTE – Fundação Nacional de Arte, a PRÓ-MEMÓRIA – Fundação Nacional Pró-Memória, a Fundação Casa de Rui Barbosa e a Fundação Joaquim Nabuco.

A Fundação Joaquim Nabuco⁸ é sediada em Recife e foi idéia do sociólogo Gilberto Freyre, com o objetivo de homenagear a memória do político abolicionista que dá nome à entidade. Sua missão é promover atividades científicas e culturais, visando à compreensão e ao desenvolvimento da sociedade brasileira, prioritariamente a do Norte e do Nordeste do país.

⁶ Disponível e, <http://www.cultura.gov.br/site/pnc/diagnosticos-e-desafios/politicas-intersetoriais/cultura-e-educacao/>. Acessado em 28/02/2010.

⁷ Conforme publicado no Diário Oficial da União, do dia 15/03/1985.

⁸ Informações colhidas no *site* da própria Fundação Joaquim Nabuco. Disponível em <http://www.fundaj.gov.br/notitia/servlet/newstorm.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=16&pageCode=239&date=currentDate>. Acessado em 28/02/2010.

Conforme o Artigo 5º, Inciso III, do Decreto 200/67, da época da ditadura militar, que estabelece normas para a administração federal, uma sociedade de economia mista é definida como uma “entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, criada por lei para o exercício de atividade de natureza mercantil, sob a forma de sociedade anônima, cujas ações com direito a voto pertençam, em sua maioria, à União ou à entidade da Administração Indireta”⁹. Trata-se de uma sociedade constituída por capital público e privado (por isso é considerada *mista*). Há colaboração entre o Estado e particulares, ambos reunindo recursos para a realização de uma finalidade, sempre de objetivo econômico (no caso específico da EMBRAFILME, o objetivo era viabilizar recursos para a produção cinematográfica brasileira e comercializar os filmes, dentro e fora do Brasil). Esse tipo de sociedade é uma pessoa jurídica de direito privado e não goza nem de isenções fiscais nem de foro privilegiado. O Estado pode ter uma participação majoritária ou minoritária, porém mais da metade das ações com direito a voto devem pertencer ao poder público. Os funcionários são regidos pela CLT, mas são legalmente considerados servidores públicos. As ações desse tipo de sociedade podem ser negociadas na Bolsa de Valores. Uma sociedade de economia mista diferencia-se de uma empresa pública, porque nesta o capital é cem por cento público. Outro Decreto, o 900/69, deu nova definição para sociedade de economia mista: “a entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, criada por lei para a exploração de atividade econômica, sob a forma de sociedade anônima, cujas ações com direito a voto pertençam em sua maioria à União ou a entidade da Administração Indireta”. Sinalizando um avanço do capitalismo sobre a *res publica*, começavam a diluir-se as fronteiras entre o poder público e a iniciativa privada, antes bem mais rígidas.

A FUNARTE¹⁰, por sua vez, havia sido criada em 1975, com a finalidade de promover, estimular, desenvolver atividades culturais em todo o Brasil. Na época de Sarney, suas atividades englobavam música (popular e erudita) e artes plásticas e visuais. Convivia com o Instituto Nacional de Folclore – INF, Fundação Nacional de Artes Cênicas – FUNDACEN e a Fundação do Cinema Brasileiro – FCB, órgãos ligados ao Ministério da Educação e Cultura e posteriormente transferidos ao Ministério da Cultura.

Quando chegou à presidência, Sarney conseguiu enfim viabilizar seu intento de criar uma lei de incentivo fiscal à cultura, que entrou para a história com o nome de “Lei Sarney”.

⁹ Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil/decreto-lei/De10200.htm>. Acessado em 28/02/2010.

¹⁰ As informações sobre a FUNARTE foram colhidas no site oficial do órgão. Disponível em <http://www.funarte.gov.br/portal/links-do-topo/a-instituicao/historico/>. Acessado em 28/02/2010.

Instrumento tipicamente neoliberal, a Lei Sarney diminuía a participação do Estado no financiamento às atividades culturais, transferindo para a iniciativa privada, pela primeira vez na história do país, a decisão sobre a aplicação de recursos financeiros na produção artística nacional.

Sendo escritor – contista, cronista, ensaísta e autor de três romances – Sarney sempre desejou projetar publicamente a imagem de *homem de cultura*, daí seu fervor pessoal na criação de uma lei que pudesse contribuir para o desenvolvimento cultural do país. Sua biografia indica que já em 1953, quando se formou em Direito, na Universidade Federal do Maranhão, já ingressara na Academia Maranhense de Letras. Segundo Maurício Vaitsman, ao lado de Bandeira Tribuzzi, Luci teixeira, José Carlos Lago Burnett, José Bento e Ferreira Gullar, além de outros escritores, Sarney fez parte de um movimento literário difundido através da revista que lançou o pós-modernismo no Maranhão, *A Ilha*, da qual foi um dos fundadores. Anteriormente, dirigiu o suplemento literário do jornal *O Imparcial*. Em 1980, foi eleito para a Academia Brasileira de Letras, sucedendo a José Américo de Almeida, ocupando a cadeira de número 38, cujo patrono é o filósofo mestiço Tobias Barreto.

Através de suas disposições, a Lei Sarney¹¹ permitia que tanto pessoas físicas como pessoas jurídicas investissem em projetos culturais, com o incentivo do abatimento posterior, no imposto de renda, da totalidade ou parte dos recursos aplicados. O mecanismo definiu três formas de apoio à cultura: a **doação** (“a transferência definitiva de bens ou numerário, sem proveito pecuniário para o doador”), o **patrocínio** (“a promoção de atividades culturais, sem proveito pecuniário ou patrimonial direto para o patrocinador”) e o **investimento** (“a aplicação de bens ou numerários com proveito pecuniário ou patrimonial direto para o investidor”).

As pessoas físicas, observado o limite de uso de 10% da sua renda bruta, poderiam abater: até 100% (cem por cento) do valor da doação; até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio; e até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento. Por sua vez, as empresas (pessoas jurídicas), no limite de aplicação de 2% do imposto devido, poderiam abater os mesmo percentuais previstos para as pessoas físicas: 100% (cem por cento) das doações, 80% (oitenta por cento) dos patrocínios e até 50% (cinquenta por cento) dos investimentos. Na prática, a doação obrigava a fonte dos recursos a permanecer anônima. A

¹¹ O texto completo da Lei Sarney está disponível em: <http://www.sinprorp.org.br/Memorias/memoria86-88-18.htm>. Acessado em 10 de fevereiro de 2010.

forma do patrocínio permitia a propaganda da marca da empresa (ou do nome da pessoa física que injetava recursos no projeto cultural). Para poder receber doações ou patrocínios, as empresas brasileiras de produção cultural precisariam, obrigatoriamente, se cadastrar no ministério da Cultura. Os investimentos, por sua vez, se limitavam à compra de ações ou quotas de editoras ou empresas livreiras, produtoras cinematográficas, musicais, ou de artes cênicas, empresas de comercialização de produtos culturais e outras atividades empresariais de interesse cultural, que deviam todas, ser previamente cadastradas no ministério da Cultura.

No seu Artigo 7º, a Lei Sarney vetava explicitamente a figura do *captador de recursos*: “Nenhuma aplicação de benefícios fiscais previstos nesta lei poderá ser feita através de qualquer tipo de intermediação ou corretagem”. A figura do captador seria resgatada anos mais tarde, passando a ser permitida e até incentivada, alguns anos após a criação da Lei Rouanet e mediante a constatação da dificuldade que vivenciavam artistas e produtores culturais para negociar com os empresários que decidem sobre a concessão de patrocínios.

Voltando à Lei Sarney: as operações superiores a 2.000 (duas mil) OTN¹² deveriam ser previamente comunicadas ao ministério da Fazenda pelo doador, patrocinador ou investidor, para fins de cadastramento e posterior fiscalização. O ministério da Cultura assumia a responsabilidade de se certificar se a atividade incentivada teria ocorrido ou não.

Para muitos profissionais da área cultural, a Lei Sarney abria um leque maior de possibilidades de atuação das empresas no setor cultural, em comparação com a Lei Rouanet. Transcrevemos a seguir todas as modalidades de ação que eram incentivadas por este primeiro dispositivo federal de apoio ao mercado cultural:

- I - incentivar a formação artística e cultural mediante concessão de bolsas de estudo, de pesquisa, e de trabalho, no Brasil ou no exterior a autores, artistas e técnicos brasileiros, ou estrangeiros residentes no Brasil;
- II - conceder prêmios a autores, artistas, técnicos de arte, filmes, espetáculos musicais e de artes cênicas, em concursos e festivais realizados no Brasil;
- III - doar bens móveis ou imóveis, obras de arte ou de valor cultural a museus, bibliotecas, arquivos, e outras entidades de acesso público, de caráter cultural, cadastradas no Ministério da Cultura;
- IV - doar em espécie às mesmas entidades;
- V - editar obras relativas às ciências humanas, às letras, às artes e outras de cunho cultural;
- VI - produzir discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas de caráter cultural;
- VII - patrocinar exposições, festivais de arte, espetáculos teatrais, de dança,

¹² OTN é a sigla de Obrigação do Tesouro Nacional. um título da dívida pública que foi emitido entre 1986 e 1989. Substituiu a ORTN – Obrigação Reajustável do Tesouro Nacional.

de música, de ópera, de circo e atividades congêneres;

VIII - restaurar, preservar e conservar prédios, monumentos, logradouros, sítios ou áreas tombadas pelo Poder Público Federal, Estadual ou Municipal;

IX - restaurar obras de arte e bens móveis de reconhecido valor cultural, desde que acessíveis ao público;

X - erigir monumentos, em consonância com os Poderes Públicos, que visem preservar a memória histórica e cultural do País, com prévia autorização do Ministério da Cultura;

XI - construir, organizar, equipar, manter ou formar museus, arquivos ou bibliotecas de acesso público;

XII - construir, restaurar, reparar ou equipar salas e outros ambientes destinados a atividades artísticas e culturais em geral, desde que de propriedade de entidade sem fins lucrativos;

XIII - fornecer recursos para o Fundo de Promoção Cultural do Ministério da Cultura, para fundações culturais, ou para instalação e manutenção de cursos de caráter cultural ou artístico, destinados ao aperfeiçoamento, especialização ou formação de pessoal em estabelecimentos de ensino sem fins lucrativos;

XIV - incentivar a pesquisa no campo das artes e da cultura;

XV - preservar o folclore e as tradições populares nacionais bem como patrocinar os espetáculos folclóricos sem fins lucrativos;

XVI - criar, restaurar ou manter jardins botânicos, parques zoológicos e sítios ecológicos de relevância cultural;

XVII - distribuir gratuitamente ingressos, adquiridos para esse fim, de espetáculos artísticos ou culturais;

XVIII - doar livros adquiridos no mercado nacional a bibliotecas de acesso público;

XIX - doar arquivos, bibliotecas e outras coleções particulares que tenham significado especial em seu conjunto, a entidades culturais de acesso público;

XX - fornecer, gratuitamente, passagens para transporte de artistas, bolsistas, pesquisadores ou conferencistas, brasileiros ou residentes no Brasil, quando em missão de caráter cultural no País ou no exterior, assim reconhecida pelo Ministério da Cultura;

XXI - custear despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural destinados a exposição ao público no País;

XXII - outras atividades assim consideradas pelo Ministério da Cultura.

No discurso que proferiu no Palácio Planalto, na data em que enviou para aprovação o projeto da Lei batizada com seu nome, o então presidente da República, José Sarney, afirmou:

“Cada grande momento cultural tem por trás uma acumulação econômica ou uma grande motivação social. O que queremos agora é que os financiadores desse novo surgimento sejam a própria sociedade, do indivíduo comum à grande empresa. Não mais o governo, paternalmente, sozinho”.

Nesse mesmo discurso, entre os diversos objetivos da nova lei, Sarney enfatizou que, com ela, “se pretende mudar a idéia de que é o Estado, e o Estado apenas, que deve sustentar

a arte e a cultura. Fazer isso será permitir que o Estado arbitre qual arte e qual cultura devem ser apoiadas”.

Entre as primeiras críticas que recebeu a Lei Sarney, estava a de que o Estado abdicara de seu papel constitucional de apoiar a cultura, transferindo essa prerrogativa para a iniciativa privada. Como observaram Lilia de Souza e Claudio Leal, em seu estudo *Política cultural e o governo de Fernando José*.¹³

Com a Lei Sarney, argumentavam alguns produtores culturais, o Estado limitava-se a lavar as mãos, delegando às empresas e às pessoas físicas decisões que lhe cabiam. Abdicava, assim, de uma obrigação legal, expressa no artigo 215 da Constituição Brasileira, que diz: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” (Castelo, 2002: p. 632) (SOUZA e LEAL, 2009, p. 5).

Estudiosos da Lei Sarney calculam que, de 1986 a 1990, foram investidos nacionalmente 100 milhões de dólares no campo cultural, com um cadastramento de 4.700 entidades culturais. No entanto, sem instrumentos de controle, esta lei levantou inúmeras suspeitas de fraudes. Na época, afirmava-se, por exemplo, que era possível a uma empresa de produção cultural aplicar apenas uma pequena parte do valor de patrocínio recebido em um *projeto de fachada*, podendo embolsar sem qualquer problema a parcela maior restante, já que não existiam instrumentos de fiscalização do poder público.

Yannick Bourguignon, por exemplo, em seu artigo *Leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual) e patrocínio: incentivo efetivo à cultura ou mera ferramenta mercadológica?*¹⁴, não hesita em defender a sistemática de fiscalização da Lei Rouanet e levantar os indícios de fraudes cometidas no tempo da Lei Sarney:

Sua sistemática, pautada num cadastramento rigoroso e formal dos proponentes, na análise dos projetos e nas prestações de contas, evitou, de imediato, a repetição de uma série de fraudes originadas durante a vigência da Lei Sarney¹ (calcula-se que em quatro anos as fraudes somaram mais de R\$ 110 milhões de reais).

¹³ Disponível em:

http://www.cult.ufba.br/arquivos/Politica_Cultural_PMS_Gestao_Fernando_Jose_Claudio_e_Lilia%E2%80%A6.pdf. Acessado em 16/02/2010.

¹⁴ Disponível em <http://integracao.fgvsp.br/ano7/01/opiniao.htm>. Acesso em 07/11/2010. Yannick Bourguignon é produtora cultural, formada em História da Arte pela Sorbonne, aluna de pós-graduação em Administração para Organizações do Terceiro Setor do GV/PEC e escreveu o artigo aqui referenciado para *Integração – a revista eletrônica do Terceiro Setor*.

Um processo novo foi inaugurado com a criação da Lei Rouanet, mecanismo federal de incentivo fiscal à cultura instituído no governo Fernando Collor de Mello, político que se elegeu após 22 anos sem eleições diretas para a presidência e que persuadiu os eleitores da época com o discurso da necessidade de modernizar o país. No que diz respeito à comunicação com o grande público, enquanto candidato, sua própria imagem pessoal contribuiu para validar seu discurso supostamente modernizador: Collor era jovem, bem apessoado, elegante no estilo *yuppie*, comunicador eficaz no uso da linguagem televisiva e capaz de encarnar com teatralidade convincente o papel de “caçador de marajás”, título que criou para si próprio com o objetivo de ser visto publicamente como um gestor rigoroso das finanças públicas.

Para compreender os objetivos da Lei Rouanet e seus efeitos sobre a produção cultural brasileira, é preciso antes examinar as conjunturas políticas e econômicas daquela época, a nacional e a internacional, descritas a seguir.

1.2 – A campanha de Collor: o uso pioneiro dos conceitos de *marketing* político

A campanha de Fernando Collor de Mello, como candidato à presidência da República, representou o início da adoção do chamado *marketing* político no Brasil. No estudo *Marketing político: o caso da campanha presidencial de Fernando Collor de Mello*, realizado em conjunto pelo professor Bernardo Meyer, do Departamento de Administração da Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina e pelo professor Victor Meyer Júnior, do Departamento de Educação, da Faculdade de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, os dois autores mostraram que o candidato Collor fez uso inteligente das pesquisas de opinião, através do Instituto Vox Populi, uso inovador da televisão e uso estratégico da comunicação pessoal, fatores que muito contribuíram para sua vitória no segundo turno, sobre o candidato Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores.

Para Meyer e Meyer Júnior, a campanha de Collor teve um “fator inovador”, pois foi “a primeira experiência concreta de uso do *marketing* político em campanha eleitoral no país” (2004, p.3). Esse foi um fator “diferenciador”, pois distinguiu a campanha do candidato, “trabalhada profissionalmente”, das demais, fato que para os dois professores “contribuiu, decisivamente, para sua vitória” (Idem, p.3).

Os dois autores assim descreveram o pioneirismo de Collor e seus assessores de *marketing* político:

Como prática profissional, o *marketing* político chega ao Brasil no final de década de oitenta e adquire grande importância no país com a eleição presidencial de 1989. Nela o então candidato Fernando Collor de Mello apresentou uma campanha inovadora ao utilizar, de forma abundante, os recursos de mercadologia. Idéias e práticas de *marketing* que anteriormente eram exclusivas da prática empresarial passaram a ser utilizadas por políticos nas suas campanhas e nos seus governos, com o objetivo de melhor se comunicar com seus públicos e assim poder ampliar sua popularidade. Fernando Collor e sua equipe souberam utilizar profissionalmente estas ferramentas, ao identificar as necessidades dos eleitores e gerenciar essas informações como base principal para o desenvolvimento da campanha (MEYER e MEYER JÚNIOR, 2004, ps 4 e 5).

Os dois professores analisaram o *marketing* político utilizado por Collor com base no modelo de Gross, Newman e Sheth (1991, APUD MEYER e MEYER JÚNIOR), para identificar as razões que levaram os brasileiros a escolherem o candidato Collor na eleição de 1989. Esse modelo é mercadológico e parte do ponto de vista do consumidor, levando em conta os cinco principais valores que levam ao ato de compra. Ao se fundamentar em valores de consumo, objetiva “explicar e prever as escolhas do consumidor” (Idem, 2004, p.4). Em resumo, o modelo analisa as razões que levam um grupo de consumidores a “comprar um determinado produto” ou examina “as razões pelas quais os consumidores escolhem um tipo de produto ao invés do outro” ou mesmo “uma marca ao invés de outra” (Ibidem, 2004, p.4).

Os cinco valores são nomeados da seguinte maneira por Meyer e Meyer Júnior (2004): o valor funcional, o valor social, o valor emocional, o valor epistêmico e o valor condicional. O valor funcional é algo totalmente prático e está relacionado à capacidade de um produto cumprir sua função, utilidade ou objetivo. O valor social depende da imagem projetada pelo produto e do seu grau de aceitação pelas normas dos amigos ou grupos de referência do consumidor. Por exemplo, um fusquinha projeta a imagem de carro popular e a marca Mercedes-Benz a imagem de um produto das elites. Os valores sociais de cada marca são, portanto, muito diferentes.

O valor emocional, por sua vez, está associado a alternativas estéticas como música, artes, e outras formas de manifestação cultural que afetam a emoção dos indivíduos como consumidores. Exemplos: uma embalagem mais bonita, produtos artísticos que têm como

autores nomes consagrados, produtos “típicos” de uma determinada região e suvenires de viagem, para mencionar apenas alguns.

Quando as escolhas de consumidor são motivadas pela curiosidade, pela novidade e pela busca de conhecimento tem-se a presença do valor epistêmico. Segundo os dois autores mencionados, é freqüentemente a curiosidade sobre um novo produto a razão principal para a sua compra. Finalmente, o valor condicional refere-se à decisão de consumo que é feita numa situação em que o consumidor precisa escolher entre duas ou mais alternativas – e o valor associado a cada alternativa pode variar bastante, dependendo da situação (Ibidem, 2004, p.4).

Para os dois professores que analisaram a campanha de Collor com base no modelo dos profissionais norte-americanos de *marketing*, Collor soube ajustar sua imagem a esses cinco valores com bastante competência. Usando o valor funcional, o eleitorado via no jovem candidato do PRN a melhor alternativa para acabar com a corrupção e a inflação, estabilizar o país e levar a economia ao crescimento. A experiência administrativa como governador do estado de Alagoas e o forte índice de aprovação que obteve entre os alagoanos contribuíram para reforçar essa imagem. Para Meyer e Meyer Júnior, as pessoas estavam votando em Fernando Collor para atingir um valor funcional ou utilitário, e para ter um Presidente da República que fizesse aquilo que eles gostariam que fosse feito. Collor, por sua vez, soube identificar através de pesquisas as necessidades e desejos do eleitorado, e assim se comunicou de forma mais eficiente que os demais candidatos.

Outras pessoas poderiam justificar seu voto em Fernando Collor de Mello porque o consideravam como um candidato melhor do que Luiz Inácio Lula da Silva. Com berço em uma tradicional família de políticos, fluente em vários idiomas estrangeiros, Collor possuía experiência administrativa e havia estudado em prestigiosa universidade brasileira, ao passo que Lula era um líder sindical, de origem humilde, sem educação superior, sem prévia experiência administrativa e conhecido por cometer erros ao falar sua própria língua.

Os eleitores estavam também influenciados pelos valores emocionais, na medida em que escutavam a retórica de Collor repleta de emoção. O candidato enfatizava dois problemas agudos que afligiam os brasileiros naquela época: a guerra contra a corrupção e o combate à inflação. Seus discursos eram cheios de energia e emoção ao abordar tais problemas. Além disso, seus programas de televisão, seu material de campanha e seus comícios eram sempre bem produzidos, contavam com a participação de celebridades, tendo ao fundo boa música e

muitos efeitos especiais, refletindo o trabalho profissional da equipe de campanha do candidato.

Na visão de Meyer e Meyer Júnior, a população brasileira estava cansada dos políticos tradicionais que por muitos anos administraram o país e pouco fizeram para melhorar suas condições. Por isso, os brasileiros apoiavam o candidato Collor, vendo nele um político novo, diferente. Os eleitores queriam alguém jovem, com energia e vontade de mudar o país, sem estar contaminado com as velhas práticas dos políticos brasileiros. Para os dois autores, o valor emocional foi certamente o mais forte a influenciar os eleitores a votarem em Collor.

O valor condicional também teve sua influência decisiva, especialmente no segundo turno da eleição, quando a campanha atraiu eleitores que não haviam votado no candidato Collor no primeiro turno. Muitos estavam votando em Collor porque não queriam ver Lula da Silva como Presidente do Brasil. As pessoas não acreditavam que Lula estivesse preparado ou até que fosse a pessoa certa, naquele momento, para se tornar presidente.

Como em qualquer decisão de consumo, uma combinação destes valores contribuiu para influenciar a decisão de voto de muitos brasileiros. O emocional, o funcional e o epistêmico constituíram-se em fatores muito fortes na decisão dos eleitores no primeiro turno da eleição de 1989. No entanto, no segundo turno, o valor condicional teve grande influência em especial, ao fazer com que eleitores que votaram em outros candidatos migrassem para o candidato Collor de Mello ao invés de Lula (Ibidem, 2004, p.7).

Os dois autores apontam outros fatores do sucesso da campanha de Collor:

Gross, Newman e Sheth (1991) enfatizam que o estudo da pesquisa de mercado e do comportamento aumenta, de forma clara, a eficiência do *marketing*. Recursos de *marketing* são freqüentemente desperdiçados porque os administradores desconhecem as motivações que afetam a escolha do consumidor. Os recursos de *marketing* podem ser utilizados mais eficientemente quando se consegue entender porque os consumidores desejam determinado produto (Ibidem, 2004, p.5).

Meyer e Meyer Júnior acreditam que a vitória de Collor esteve diretamente relacionada com a sua capacidade de pesquisar e buscar aquilo que os brasileiros queriam, naquela oportunidade, de um presidente da República. Collor teria sido capaz de moldar sua imagem de modo a ficar em sintonia com o que as pessoas queriam e de se manifestar de forma contrária àquilo que as pessoas não mais desejavam. As pesquisas foram feitas ao longo de toda a campanha, pelo Instituto Vox Populi, proporcionando ao candidato e sua equipe

uma ideia bastante próxima daquilo que as pessoas queriam e as mudanças nas suas preferências e percepções.

Conforme a análise de Meyer e Meyer Júnior, a campanha política desenvolvida pela equipe do candidato Collor de Mello baseou-se na utilização de uma vasta coleção de ferramentas e métodos de pesquisa de opinião e de análise de dados e informações. Estas lhe permitiram elaborar as estratégias mais adequadas, que se mostraram eficazes ao final das eleições.

Ao falar o que as pessoas desejavam ouvir de um líder político, o candidato Fernando Collor conseguiu se comunicar eficazmente com a população, angariar simpatizantes e novos eleitores. Os brasileiros, por sua vez, perceberam que Collor tinha um perfil de líder capaz de resolver os problemas do Brasil. Um dos *papas* mundiais dos estudos sobre marketing, Philip Kotler, destaca que o papel do *marketing* é encontrar aquelas necessidades que não estão satisfeitas e propor uma solução satisfatória para elas. Em um de seus livros, ele deu a seguinte definição:

Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam, com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros (KOTLER e KELLER, 2006).

Assim, Collor teria entendido claramente o papel do *marketing* político e utilizou estudos e pesquisas desenvolvidas pelo Instituto Vox Populi para obter importantes informações sobre a realidade brasileira. Com base nestas informações, construiu seu caminho para o sucesso. No capítulo das *Conclusões*, Meyer e Meyer Júnior constatarem que “o modelo de Gross, Newman e Sheth (1991) permite examinar a eleição como uma disputa no mercado e o ato de votar como um ato de consumo” (Ibidem, 2004, p. 8).

1.3 – O contexto político e econômico do governo Collor

Alçado à presidência com mais de 42% dos votos válidos, Collor convenceu seu eleitorado com um discurso contra o Estado, considerado por ele como falido e predador, inimigo do verdadeiro desenvolvimento, que só a livre economia de mercado poderia proporcionar. Basta constatar como ele se referiu ao Estado, em seu discurso de posse:

“Entendo assim o Estado não como produtor, mas como promotor do bem-estar coletivo. Daí a convicção de que a economia de mercado é a forma comprovadamente superior de geração de riqueza, de desenvolvimento intensivo e sustentado. Daí a certeza de que, no plano internacional, são as economias abertas as mais eficientes e competitivas. Não abrigamos, a propósito, nenhum preconceito colonial ante o capital estrangeiro. Ao contrário: tornaremos o Brasil, uma vez mais, hospitaleiro em relação a ele (...) Não nos anima a idéia de discriminar nem contra nem a favor dos capitais externos, mas esperamos que não falte seu concurso para a diversificação da indústria, a ampliação do emprego e a transferência de tecnologia em proveito do Brasil. Em síntese, essa proposta de modernização econômica pela privatização e abertura é a esperança de completar a liberdade política, reconquistada com a transição democrática, com a mais ampla e efetiva liberdade econômica”¹⁵.

Ao posicionar-se pela reforma do Estado, pelo enxugamento da máquina governamental e pela abertura e desregulamentação da economia brasileira, Collor estava apenas obedecendo aos preceitos do chamado Consenso de Washington, expressão cunhada em 1990 pelo economista norte-americano John Willlianson. Conforme Rangel do Nascimento, em artigo intitulado *A política econômica externa do governo Collor: liberalização comercial e financeira*, publicado na revista *Intellectus*, esse Consenso foi um movimento que começou nos Estados Unidos a partir do “desenvolvimento excessivo da esfera financeira”, que se deu “à base dos lucros não reinvestidos na produção, pelas empresas transnacionais norte-americanas, que expandiram o mercado dos eurodólares em meados dos anos 60, muito antes do choque petrolífero e da recessão de 1974-75” (NASCIMENTO, 2004). De acordo com esse mesmo autor, “a reciclagem dos petrodólares fez surgir no final dos anos 70 a dívida esmagadora que os países do Terceiro Mundo carregam” (Idem, 2004). Uma das conseqüências desse endividamento foi que, na América Latina, os fluxos de pagamento da dívida foram parcialmente interrompidos a partir da moratória mexicana de 1982. Esclarece Nascimento:

É dessa crise que surge, em 1989, o Consenso de Washington, com a orientação neoliberal para promover uma liberalização financeira que quebra todos os limites impostos no pós-guerra à movimentação de capitais, para que se recomponha o fluxo de renda do pagamento das dívidas dos países latino-americanos aos bancos credores (Ibidem, 2004).

¹⁵ Disponível em: http://www.collor.com/discursos1990_001.asp. Acessado em 08/02/2010.

Na visão de Nascimento, esse receituário norte-americano encontrou eco e respaldo no empresariado brasileiro, no final da década de 80:

A mensagem neoliberal que o Consenso de Washington passou em 1989, ano também, de eleição presidencial no Brasil, foi abraçada pelo empresariado e pela burguesia nacional como expressão da modernidade, a receita para superar as mazelas da década perdida, que teve como bode expiatório o Estado desenvolvimentista, atacado exaustivamente por Collor na campanha eleitoral, e no seu discurso de posse (Ibidem, 2004).

Ainda conforme Rangel Nascimento, uma parcela do empresariado brasileiro buscava exatamente um candidato com o perfil de Collor:

Dispostos a influir na sucessão presidencial, os empresários reunidos na 'Convergência Democrática', em maio de 1989, diziam estar ainda atrás de um candidato que se comprometesse com a modernização da sociedade brasileira. Na ocasião, o empresário Sérgio Quintela traça o perfil do candidato 'ideal': "A Convergência tem o papel de aglutinar pessoas em torno daquilo que entendemos ser idéias modernas e liberais, no sentido do que está ocorrendo na Europa e em países asiáticos. Isso significa, numa palavra simples, liberdade, não apenas política, mas sindical e de empreender, de realizar, de poder conduzir sua vida sem que o Estado intervenha de forma a inibir a iniciativa do cidadão" (Revista *Cadernos do Terceiro Mundo*, n.121, p.52-55, 1989, APUD NASCIMENTO, 2004)).

Estatísticas do IBGE, encontráveis no *site* desse órgão público, revelam que, no momento histórico em que Collor assumiu a presidência, o Brasil apresentava o custo de vida mais elevado da sua história recente, conjuntura que favoreceu as mudanças bruscas que o jovem presidente imprimiu à política econômica nacional:



GRÁFICO 1¹⁶ – O ponto mais alto da curva do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo coincide com o período dezembro de 1989 / janeiro de 1990, quando Fernando Collor de Mello assumiu a presidência da República.

Recém-eleito, em janeiro de 1990, Collor viajou aos Estados Unidos, acompanhado do embaixador do nosso país em Washington, Marcílio Marques Moreira (que viria a ser o seu ministro da Economia, substituindo Zélia Cardoso de Melo, quando esta sucumbiu à crise econômica em que o governo Collor mergulhou o país e pediu demissão em maio de 1991). O depoimento apresentado a seguir é do próprio Marcílio, transcrito por Nascimento em seu artigo para a revista *Intellectus*:

O ex-ministro da Economia, Fazenda e Planejamento de Collor, Marcílio Marques Moreira, em depoimento recente aos pesquisadores do CPDOC, relata detalhes da visita de janeiro de 1990 que Collor fez aos EUA, ocasião em que Marcílio o acompanhou na situação de embaixador do Brasil em

¹⁶ Disponível em: http://www.ibge.gov.br/series_estatisticas/exibedados.php?idnivel=BR&idserie=PRECO01. Acessado em 10 de fevereiro de 2010.

Washington (Moreira, 2001, p. 225-31): “Em janeiro de 1990 o presidente eleito, Fernando Collor de Mello, fez uma viagem aos Estados Unidos. Ele foi com um programa totalmente fechado que incluía contatos bastante diversificados: esteve não só com o presidente Bush e com Nicholas Brady, então secretário do Tesouro, mas também com Michel Camdessus, diretor-gerente do Fundo Monetário e com Enrique Iglesias, presidente do BID. (...) Fui com o presidente ao Bush e a conversa foi muito boa. Os temas foram aqueles que iriam compor a pauta do que seria o discurso de posse: abertura comercial, abertura da economia, negociação da dívida externa. (...) O presidente Collor tinha plena consciência do receituário das agências multilaterais para a América Latina, que ficou conhecido como Consenso de Washington. Eu tinha estado no seminário em que se cristalizou a idéia do Consenso de Washington. Foi um seminário sobre as reformas econômicas para a América Latina, organizado pelo Institute for International Economics em 6 e 7 de novembro de 1989. Tenho o livro com os anais do seminário, publicado em 1990. Quem expôs os dez pontos do Consenso foi John Williamson, e assisti a essa conferência. Do Brasil apresentaram papers Eliana Cardoso e Daniel Dantas” (Idem, 2004).

A conjuntura política internacional favorecia o Consenso. O ano de 1989 marcou o fim do socialismo real, na Europa Oriental e na União Soviética. A derrubada do Muro de Berlim foi o marco simbólico do final da Guerra Fria. O mundo deixou de ficar dividido em dois blocos antagônicos e a mundialização da economia apareceu no horizonte como uma tendência apresentada como irreversível pelos defensores do capital. Os governantes do período trouxeram as questões econômicas para o primeiro plano, enquanto os movimentos sociais ergueram as bandeiras dos direitos humanos e dos temas ecológicos. Como sintetiza Rangel Nascimento,

É nesse contexto de enfraquecimento do movimento crítico ao capitalismo que emerge o paradigma dominante da liberalização e desregulamentação do comércio e do movimento de capitais, câmbio-livre, política fiscal austera e a redução do poder dos sindicatos através da demissão de operários, via “modernização” da indústria, agora mais intensiva em capital, em busca dos ganhos de produtividade (Ibidem, 2004).

Como observou Eizen Monteiro, em estudo sobre as características da política externa do governo Collor, o jovem presidente – representante da direita e da ordem, anticomunista declarado – percebia a política externa de Sarney (a busca do desenvolvimento autônomo de um país do terceiro mundo, normalmente em choque com o receituário dos países desenvolvidos) como algo retrógrado. Assim, ele optou pelo alinhamento automático com o bloco norte-americano. Nas palavras de Monteiro:

Na relação com os Estados Unidos, Collor retomou a postura de alinhamento automático, justificável por sua visão unipolar do mundo pós Guerra Fria. Ao lado das grandes potências o Brasil acreditava que teria uma margem de benefícios nessa nova ordem que se constituía. O bilateralismo e o pronto alinhamento foram vistos como uma forma de projeção do Brasil junto às grandes potências ocidentais (Oliveira, 2005). Mostrando o compromisso brasileiro em se adequar às novas regras internacionais na nova ordem, pede maior colaboração dos países desenvolvidos, principalmente em relação ao desenvolvimento social e econômico (Monteiro, 2007, p. 15).

Antes de Collor, o governo Sarney havia mantido, nos fóruns internacionais multilaterais, uma tradicional retórica reivindicatória terceiro-mundista. Por exemplo, em discurso de abertura da 45ª Sessão da Assembléia Geral da ONU, no dia 23 de setembro de 1989, em face das dificuldades de pagamento da dívida externa brasileira, Sarney “acusou os países ricos de adiar uma solução para o problema da dívida externa do Terceiro Mundo, em benefício dos bancos credores”¹⁷. Diferentemente, Collor pretendia sintonizar o Brasil com os países mais desenvolvidos. Monteiro esclarece:

Frente às assimetrias do sistema internacional, Collor propunha uma redefinição na política brasileira a partir da idéia de que o Brasil deveria se assemelhar aos demais países do sistema internacional. A proposta de liberalização econômica e de renovação do parque industrial brasileiro tem como base a idéia de que deveríamos nos adequar aos princípios e ações políticos e econômicos dos países desenvolvidos, para ganharmos notoriedade no cenário internacional e sentarmos à mesa de discussão como um deles (Idem, 2007, p. 16).

A economista Maria Candida Flores, que estudou os critérios de política externa dos governos Sarney, Collor e Itamar Franco, descreve a conjuntura do começo da gestão do *caçador de marajás* da seguinte forma: “No cenário interno observava-se o esgotamento do modelo de crescimento econômico, baseado na dinâmica da substituição de importações” (FLORES, 2003, p.9). Acrescenta ela que, “politicamente, sobre o rumo da estratégia de desenvolvimento a adotar, o Brasil entrava nos anos 90 com uma confrontação entre um pensamento mais liberal, e outro mais nacionalista” (Idem, 2003, p.9). Já no cenário externo, segundo a mesma autora, “uma das características mais importantes dessa nova ordem internacional foi o desvio do eixo de competição em escala mundial, do poder ideológico-militar para as questões econômico-ideológicas” (Ibidem, 2003, p. 9). Na análise que faz do

¹⁷ Disponível em <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/governo-jose-sarney/governo-jose-sarney-5.php>. Acessado em 09/02/2010.

período, Flores também realça que “a conjunção desses fatores externos e internos rompeu o consenso que existia, internamente, dentro das elites sobre o projeto de política exterior e condicionou o próprio comportamento externo do país” (Ibidem, 2003, p. 9). Os discursos do governo denunciavam este contexto e o presidente Collor de Mello, com ênfase, anunciava a “mudança da política externa e econômica destacando o embate entre isolacionismo e globalização que existia entre determinados segmentos da sociedade” (Ibidem, 2003, p. 9). Na visão da economista, em suas falas, Collor “afirmava desejar deixar de lado a concepção terceiro-mundista de confronto e procurava reforçar os laços com o Primeiro Mundo através de um relacionamento preferencial com as economias ocidentais avançadas, em especial os Estados Unidos” (Ibidem, 2003, p. 9). Na política externa, Collor foi terceiro-mundista apenas no que se refere à América Latina. Conforme Eizen Monteiro, esta foi a grande exceção no “abandono do terceiro-mundismo” realizado por Collor. Segundo ele, o governo Collor, “apesar de se desvincular da aliança com os países em desenvolvimento e priorizar as relações com os países desenvolvidos”, manteve o enfoque “no adensamento das relações brasileiras com os países da América do Sul, em especial os futuros integrantes do Mercosul” (MONTEIRO, 2007, p. 16).

Flores indica que Collor expôs sua posição logo no primeiro discurso que fez numa Sessão de Abertura Assembléia Geral da ONU, em 24 de setembro de 1990:

Esta é a primeira vez que me dirijo à Assembléia Geral das Nações Unidas. Registro com emoção a coincidência de inaugurar este ano o debate geral precisamente quando, no Brasil e no mundo, transformações múltiplas e profundas estão revendo os conceitos e preconceitos que há décadas vinham asfixiando a comunidade de nações. (...) Sob o impulso promissor das novas tendências, quase nos permitimos um sentimento de euforia e complacência. Mas a fragilidade da ordem internacional, o efeito desestabilizador de certas situações regionais e a gravidade dos problemas econômicos recomendam-nos cautela reserva (COLLOR DE MELO, APUD FLORES, 2003, ps. 8-9).

Comentando esse discurso de Collor, Monteiro realça que Collor alinhava-se com aqueles que postulavam a formação de “uma nova estrutura internacional, que subvertia o ‘antiquado sistema de poder’” (MONTEIRO, 2007, P. 17). Completa ele:

E nesse novo cenário deveríamos então repensar nossa inserção para ganharmos mais espaço. Em Sarney, o Brasil participava dos foros internacionais de forma crítica, incitando uma nova agenda internacional. A

postura brasileira é mais voluntarista, abandonando o *bandwagoning*¹⁸. Fernando Collor também abandona a postura de carona, porém abrandando o discurso brasileiro de forma a sintonizá-lo com o dos países desenvolvidos (idem, 2007, p. 17).

Dentro deste cenário, de plena obediência ao receituário neoliberal norte-americano, a primeira medida de Collor, ao tomar posse no dia 15 de março de 1990, foi anunciar seu pacote de “modernização administrativa e de revitalização da economia”, por meio do chamado Plano Collor I, que previa, entre outras coisas:

a) A volta do Cruzeiro como unidade monetária em substituição ao Cruzado Novo, vigente desde 15 de janeiro de 1989, quando aconteceu o último choque econômico, patrocinado por seu antecessor, José Sarney;

b) O congelamento de preços e salários;

c) O confisco de contas correntes bancárias e poupanças superiores ao valor de 50 mil cruzeiros, pelo prazo de 18 meses, com o objetivo de reduzir a quantidade de moeda em circulação (trabalhadores e empresários foram surpreendidos com o confisco em suas contas bancárias, pois o governo chegou a bloquear em moeda nacional o equivalente a oitenta bilhões de dólares);

d) Alteração no cálculo da correção monetária e também na sistemática das aplicações financeiras;

e) Redução da máquina administrativa, com a extinção ou fusão de ministérios e órgãos públicos, somada à demissão de funcionários públicos, para enxugar a máquina administrativa.

Os principais objetivos desse plano, conforme o próprio Collor, eram: barrar a inflação e cortar as despesas desnecessárias do governo federal. No ano anterior ao início de seu governo, a inflação oficial, medida pelo IBGE, chegara à assustadora cifra de 1.764% e, em razão desse flagelo, Collor elegeu como prioridade da sua gestão o combate contra a espiral inflacionária através do chamado *Plano Brasil Novo*, popularmente conhecido como Plano Collor. Arrojado em sua concepção, o referido plano era a quarta tentativa empreendida pelo governo brasileiro para erradicar a hiperinflação, três das quais foram empreendidas pelo

¹⁸ *Bandwagoning*: conceito criado pelo cientista político norte-americano Philip Quincy Wright, em seu livro *A study of war* (1942), que se refere ao ato de um país mais fraco fazer coalizão com outro mais forte, após decidir que o custo de fazer oposição a um poder superior pode exceder os benefícios de uma aliança. Isto porque o país mais forte pode oferecer incentivos, como a possibilidade de ganho territorial, acordos comerciais vantajosos ou proteção para os mais fracos em caso de conflito, de modo a induzir os países menos poderosos a fazer alianças.

governo Sarney. Mas nenhuma das medidas implementadas por Collor teve sucesso. Os resultados, na prática, foram: uma profunda recessão na economia e a elevação dos níveis de desemprego. Dois fatores críticos, que geraram uma profunda insatisfação popular.

O governo Collor também deu início às privatizações das empresas estatais brasileiras e à redução das tarifas alfandegárias. Com produtos importados a preços menores, a indústria nacional foi coagida a se modernizar para continuar competitiva. Um semestre depois do seu primeiro pacote econômico, Collor lançou um segundo plano, o Collor II, que também previa a diminuição da inflação e outros cortes orçamentários. Novamente, não obteve êxito e só fez aumentar o descontentamento da população. Sua ministra da Economia, Zélia Cardoso de Mello, não suportou a pressão e, em maio de 1991, pediu demissão. Em seu lugar, como vimos, assumiu Marcílio Marques Moreira, que era embaixador do Brasil em Washington. Porém Marcílio não promoveu nenhuma medida de impacto em sua gestão e não teve bons resultados em suas tentativas de reverter o quadro negativo da economia.

Fernando Collor de Mello acabou aprofundando a recessão econômica, corroborada pela extinção, em 1990, de mais de 920 mil postos de trabalho e uma inflação na casa dos 1.200% ao ano. O descontentamento da elite político-empresarial do país com o arrocho viria a ser aplinado por medidas inspiradas no modelo econômico neoliberal adotado pelo governo, tais como: a abertura da economia brasileira ao mercado externo (procedimento que facilitou as importações e o ingresso do capital estrangeiro no país), o início do Programa Nacional de Desestatização (cujo marco inicial foi a venda de empresas siderúrgicas) e a modernização de nosso parque industrial. Porém, como faltou a devida regulamentação, tais medidas logo perderiam seu impacto positivo momentâneo, perante o recrudescimento da crise econômica. Por outro lado, a desregulamentação econômica iniciada em seu governo iria servir como paradigma para muitas das medidas adotadas nos anos seguintes, em especial na gestão de Fernando Henrique Cardoso, entre o final do século XX e o início do século XXI.

Já no início de 1992, em contraste com o sucesso inicial de seu governo, Collor experimentava impopularidade crescente aliada a uma inflação sempre superior a 20%, com sinais preocupantes de elevação. A abertura do mercado à entrada de produtos estrangeiros, com a redução das tarifas de importação, incluiu a eliminação da reserva de mercado, como o da informática, criada pelo nacionalismo protecionista dos militares durante o regime totalitário. O governo justificava sua política de comércio exterior com o argumento de que ela facilitaria as importações e produziria, com o tempo, uma reestruturação da economia, de

modo a tornar as indústrias nacionais mais competitivas e estimuladas a igualar-se aos padrões internacionais. Muitos opositores acusavam tal política de sucatear a produção interna, multiplicando falências e desemprego.

Embora tenha sido efêmero, o governo Collor deu ênfase à privatização, isto é, à transferência de empresas estatais para o setor privado. Ele logrou, também, uma relativa normalização nas relações com os credores estrangeiros, pela ampliação da capacidade de pagamento de dívidas do País. Nesse caso, a política econômica foi favorecida pelo superávit na balança comercial e pela entrada de novos empréstimos e investimentos estrangeiros. Em contrapartida, no plano interno, pioravam – e muito – as condições de vida da esmagadora maioria da população.

Por fim, denúncias de corrupção envolvendo Collor, ministros, amigos pessoais e até a primeira-dama Rosane Collor, deflagraram uma crise política que culminou no processo de *impeachment* do jovem presidente. No dia 29 de setembro de 1992, a Câmara dos Deputados se reuniu para votar sua destituição do cargo. Foram 441 votos a favor do *impeachment* e somente 38 contra. Era o fim do “caçador de marajás”. No lugar de Collor, assumiu o vice-presidente, Itamar Franco.

1.4 – A política cultural no governo Collor: terra arrasada

Em março de 1990, quando assumiu a presidência da República, Fernando Collor extinguiu todas as instituições culturais do país. A área cultural, prestigiada no governo Sarney com a criação de uma pasta exclusiva, viu o ministério da Cultura desaparecer no roldão do enxugamento neoliberal da máquina administrativa federal. Em seu lugar, foi criada uma simples Secretaria de Cultura, diretamente ligada ao gabinete da presidência da República e liderada pelo jornalista e cineasta Ipojuca Pontes, que em março de 1991 já estaria demissionário^[1]

A máquina estatal de cultura foi bastante modificada: em dezembro de 1990 foi criado o Instituto Brasileiro de Arte e Cultura (IBAC), ligado diretamente à Secretaria de Cultura da Presidência da República (que, depois, voltou a ser, novamente, um ministério). O IBAC englobava a FUNARTE, FUNDACEN (Fundação Nacional de Artes Cênicas) e a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB). Somente em 1994, com Collor afastado da presidência, é que a sigla FUNARTE substituiria a sigla IBAC.

Em palestra¹⁹ proferida em um colóquio internacional sobre legislações para o cinema, a socióloga Anita Simis²⁰, da UNESP – Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho, assim resumiu a política nefasta criada por Ipojuca Pontes para o cinema brasileiro:

A gestão de Ipojuca Pontes foi marcada pela desnormalização e desregulamentação de toda a política de incentivo voltada para a produção cinematográfica brasileira constituída durante as décadas anteriores, sem, contudo, criar um novo terreno mais adequado à ideologia neoliberal enfatizada no Relatório sobre a Política para o Complexo Audiovisual e depois incorporada na Exposição de Motivos que acompanhava o anteprojeto. Ou seja, pretendia-se implementar uma nova estrutura de produção e consumo com base em princípios da eficácia da produção e comercialização, desconsiderando o papel do Estado no estabelecimento de normas igualitárias de competitividade. Sem política cultural, o que se apresenta é um mercado onde a livre concorrência entre leões e macacos se impõe, em um deserto de árvores.

A pesquisadora Lia Calabre, da Fundação Casa Rui Barbosa, em seu estudo intitulado *Política cultural no Brasil: um histórico*²¹, assim descreveu a política de *terra arrasada* encetada pelo governo Collor:

Na gestão do Presidente Fernando Collor de Melo, toda a estrutura federal no campo da cultura foi radicalmente alterada. Em abril de 1990, o Presidente promulgou a Lei nº 8.029, que extinguiu, de uma só vez, diversos órgãos da administração federal, em especial da área da cultura: FUNARTE, Pró-Memória, FUNDACEN, FCB, Pró-Leitura e EMBRAFILME e reformulava outros tantos como o SPHAN. Todo o processo foi feito de maneira abrupta, interrompendo vários projetos, desmontando trabalhos que vinham sendo realizados por mais de uma década (CALABRE, 2005, p.7).

Estava aberto e consolidado o espaço de diminuição da presença do Estado no campo do financiamento à cultura e de entrega, à iniciativa privada, das decisões sobre quem receberia recursos para produzir cultura no Brasil.

¹⁹ A palestra foi publicada na revista Curto Circuito, indicada nas Referências Bibliográficas. Mas também está disponível na internet, em: unesp.academia.edu/documents/0031/.../ArtigoPERUTEXsem_oculto.DOC. Acessado em 03/03/2010.

²⁰ Professora da UNESP, no campus de Araraquara, Anita Simis é pesquisadora das relações entre Estado e cinema. Em 2008, ela conquistou o Prêmio do programa “Rumos Pesquisa: Gestão Cultural 2007/2008”, na categoria Pesquisa Concluída, pelo trabalho intitulado “Estado e Cinema no Brasil”, concedido pelo ITAÚ Cultural, concorrendo com sua tese de doutorado.

²¹ Trabalho apresentado no I ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado em Salvador (BA), em abril de 2005. Disponível em <http://www.cult.ufba.br/enecul2005/LiaCalabre.pdf>. Acessado em 21/04/2010.

As ações de Ipojuca Pontes estavam em plena sintonia com o pensamento de Collor, que via o Estado empreendedor e desenvolvimentista como algo obsoleto, que precisava ser superado para que o Brasil pudesse aspirar ao ingresso no rol dos países do Primeiro Mundo. No setor cinematográfico, conforme registrado na *Enciclopédia do cinema brasileiro*, de Fernão Ramos e Luiz Fernando Miranda, Ipojuca praticamente anulou o apoio do Estado à produção dos filmes brasileiros:

Nesse período de um ano, Ipojuca prestou uma série de serviços com a finalidade de desobrigar o Estado dos negócios do cinema. A alegação era que o cinema brasileiro deveria competir no regime das leis de mercado com o produto estrangeiro. Para tanto, Ipojuca revogou a legislação cinematográfica em vigor, reduziu a exibição obrigatória de filmes brasileiros para 70 dias, diminuiu a presença do filme brasileiro nas videolocadoras de 25% para 10% e concretizou o fechamento dos órgãos cinematográficos em atividade (CONCINE, EMBRAFILME e FCB) / (RAMOS e MIRANDA, 2000, p. 215).

Naquele período, conforme Ramos e Miranda, Ipojuca encontrou até apoio de alguns setores, insatisfeitos com a atuação da antiga EMBRAFILME:

A opinião pública e setores orgânicos do cinema brasileiro apoiaram publicamente a ação empreendida pelo poder central. Isso porque, na sua fase final, a EMBRAFILME era acusada de inoperância, má gestão administrativa, favoritismo e não cumprimento de compromissos. Em função da política estabelecida pelo poder central de não cumprir contratos, muitos projetos de filmes foram interrompidos e outros em andamento sofreram sérios problemas de produção, chegando até mesmo a ficar parados na pré-produção. Os contratos e compromissos assumidos pela EMBRAFILME e pela Lei Sarney não foram respeitados pelo novo governo (Idem, 2000, p. 215).

Neste horizonte, o governo de Collor se caracterizou por um esforço deliberado de diminuição da máquina estatal. Em um artigo intitulado *A privatização no governo Collor: triunfo do liberalismo ou colapso do Estado desenvolvimentista?*, Ben Ross Schneider, professor de Ciência Política do Massachusetts Institute of Technology (MIT) e estudioso do desenvolvimento do capitalismo na América Latina, sintetizou algumas peculiaridades fundamentais da gestão do *caçador de marajás*:

Imediatamente após assumir o cargo em março de 1990, Fernando Collor de Mello deu início a um ataque frontal ao Estado. Na primeira semana de sua administração, Collor extinguiu onze empresas estatais (que empregavam

14.500 trabalhadores) e treze outras agências (*Gazeta Mercantil e Folha de São Paulo*, 17 de março de 1990). Ao mesmo tempo anunciou um ambicioso programa de privatização e, durante o ano de 1990, forçou os bancos a comprarem por volta de \$ 500 milhões em Certificados de Privatização, uma nova moeda que só pode ser trocada por ações de empresas estatais. Até dezembro, seu governo havia ainda conseguido cortar 100 mil empregos de um total de 1,7 milhão no governo federal, muito mais que qualquer governo anterior fizera no passado (SCHNEIDER, 1992, p. 5).

O mais curioso, conforme aponta o próprio Schneider, foi que esse ataque de Collor de Mello ao Estado não fez parte explícita da sua plataforma de campanha e também não foi consequência de nenhuma pressão por parte de movimentos conservadores. Nas próprias palavras do cientista político norte-americano:

A privatização é uma política normalmente associada a e preconizada por movimentos conservadores e principalmente neoliberais. No Brasil, o que causa perplexidade é que o governo Collor adotou uma política de privatização sem um mandato eleitoral neoliberal (como teria sido o caso de Mario Vargas Llosa no Peru), sem a pressão de partidos políticos de direita (como na Argentina e no México) e sem que uma tecnocracia neoliberal tivesse se apoderado do Estado (como no México nos anos 80 e no Chile e Argentina nos anos 70). / (Idem, p. 6).

Comparando Collor com outras lideranças políticas que foram defensoras ferrenhas da privatização, como o ditador Pinochet e a primeira ministra Margareth Thatcher, Schneider argumenta que o chileno e a britânica “tendiam à extrema direita no espectro ideológico” e “estavam dispostos a utilizar uma boa dose de recursos políticos e econômicos na busca de objetivos ideológicos” (Ibidem, p. 8). Além disso, ambos “tinham o apoio de movimentos fortemente direitistas e usaram a privatização para enfraquecer diretamente seus opositores” (Ibidem, p. 8). Na análise de Schneider sobre a gestão de Collor, o cenário era diferente: ele não dispunha desse tipo de apoio e sua “posição ideológica era ambígua e móvel” (Ibidem, p. 8). Além disso, “o Brasil não possuía uma direita ideológica forte e o governo Collor parecia menos interessado em destruir a esquerda” (Ibidem, p. 8). Mesmo assim, Collor comandou o início do processo de privatização, conquistando o apoio do BNDES para seus objetivos de diminuição do Estado como empreendedor e favorecimento do livre mercado. Schneider faz boa análise dessa questão:

Numa análise mecanicista da privatização, os administradores públicos são os arqui-inimigos da reforma, uma vez que perderão *status*, benefícios,

salários ou empregos. Contudo, os administradores públicos não são necessariamente tais bestas unidimensionais. No Brasil, a privatização ganhou adeptos dentro do estado, particularmente no setor do aço e no BNDES. A privatização que houve nos anos 80 deveu-se principalmente ao BNDES. Para o BNDES, a privatização era um programa pragmático, “sem qualquer engajamento ideológico”, para restaurar a estabilidade financeira²² (Ibidem, p. 10).

E foi nesse compasso que Collor, por um lado, extinguiu empresas estatais, como a Portobras e a Interbras, e por outro, deu início ao programa de privatizações, começando pelo setor siderúrgico, privatizando a Siderbras. Foi nesse cenário que emergiu a Lei Rouanet. A nova lei introduziu no setor cultural três mecanismos de financiamento à cultura: o FNC (Fundo Nacional de Cultura, que possibilitava o repasse direto de verbas federais aos produtores culturais), o FICART (Fundo de Investimento em Carteira, mecanismo de investimento de risco, por empresários privados, em projetos culturais) e o Mecenato (patrocínio empresarial com incentivos fiscais). Como a história mostrou, o Estado se encolheu e os empresários não quiseram arriscar seus capitais. Apenas o patrocínio incentivado entrou em cena, para se constituir mais tarde, já no governo Fernando Henrique Cardoso, no principal mecanismo de financiamento da produção artística e cultural brasileira.

1.5 – As principais características da Lei Rouanet: de Collor a Fernando Henrique Cardoso

Quando foi criada, em 23 de dezembro de 1991, a Lei Rouanet (Nº 8.313) instituiu o PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura, que tinha, em princípio, diversas finalidades nobres, descritas no seu Artigo 1º.

Art. 1º - Fica instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a: I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais; II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais; III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores; IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade

²² A expressão entre aspas está no texto “Processos de privatização conduzidos pela BNDESPAR”, p. 1. Rio de Janeiro: BNDESPAR, 1990. A BNDESPAR é a sociedade gestora de participações sociais (*holding*) do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), criada para administrar as participações em empresas detidas pelo banco.

brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional; V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira; VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro; VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações; VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória; IX - priorizar o produto cultural originário do País.

Norteada, em seu nascimento, por tais nobres princípios, a Lei Rouanet, na prática, se desvirtuou. Isto porque, além de intensificar o processo burocrático para a aprovação de projetos, propiciou uma progressiva retirada do poder público federal do campo do financiamento da produção cultural, delegando às empresas privadas e estatais o poder de decisão sobre quais projetos seriam efetivamente patrocinados.

O processo teve seu início efetivo no governo de Itamar Franco, que assumiu a presidência da República após o *impeachment* de Fernando Collor de Mello, criou o Ministério da Cultura e consolidou as bases para que a Lei Rouanet se tornasse o principal instrumento de financiamento da produção artística e cultural brasileira. Essa dinâmica, como descreveu Lia Calabre, em seu estudo *Política cultural no Brasil: um histórico*, se confirmou principalmente no período compreendido pelos dois mandatos do então presidente Fernando Henrique Cardoso:

A Lei Rouanet foi aperfeiçoada ao longo do governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, tendo sido promulgadas algumas regulamentações que permitiram uma maior agilidade em sua aplicação. Durante a gestão do ministro Francisco Weffort (1995-2002), o governo federal diminuiu o nível dos investimentos públicos na área da cultura, repassando para a iniciativa privada a responsabilidade de decisão sobre os rumos da produção cultural. Os recursos oriundos da renúncia fiscal prevista pela Lei são públicos, são partes do imposto de renda devido pelas empresas ao governo. A Lei permite que o setor privado decida individualmente onde esses recursos serão investidos. Fica estabelecido um conjunto de áreas da produção cultural para as quais podem ser apresentadas propostas de trabalhos a serem patrocinadas. Cumpridas as exigências burocráticas, os proponentes têm seus projetos aprovados na Lei e ganham um certificado. Com a aprovação, o proponente do projeto sai em busca de um patrocinador. Nem todos os que conseguem obter o certificado encontram patrocínio. O que ocorre, com mais frequência, é a concessão do patrocínio a projetos que tenham forte apelo comercial, ou seja, os que permitam que a empresa patrocinadora os utilize como *marketing* cultural. O resultado desse processo é que passa a caber à iniciativa privada a decisão sobre uma grande parcela da produção cultural do país. A decisão é privada, mas o dinheiro que financia os projetos é, na verdade, público (CALABRE, 2005, ps. 7 e 8).

De acordo com Lia Calabre, a Lei Rouanet tornou-se a própria política cultural da gestão de Francisco Weffort, no governo Fernando Henrique:

Um dos indicadores que permitem observar a ação do Estado sobre um determinado campo é a legislação. O conjunto de leis, decretos, medidas provisórias, instruções normativas e portarias referentes à área da cultura, aprovados ao longo da gestão do Presidente Fernando Henrique Cardoso formam o seguinte quadro:

Tipo de legislação	Total do período	Sobre incentivo	
	número	número	percentual
Leis	16	03	18,7%
Decretos Leis	03	01	34,0%
Instruções Normativas	40	11	27,5%
Portarias	21	10	47,61
Totais	80	25	31,3%

Fonte: Ministério da Cultura^{xvi}

Tabela 1 – Conjunto de leis da gestão Fernando Henrique Cardoso

A partir do quadro apresentado acima, podemos verificar que praticamente um terço da legislação cultural promulgada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso foi direcionada às questões da lei de incentivo. Por outro lado, o governo não elaborou propostas, planos ou diretrizes de gestão pública para o campo da cultura. Tal fato nos permite afirmar que as leis de incentivo tornaram-se a política cultural do ministério da Cultura na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso e do ministro Francisco Weffort (Idem, 2005, p. 9).

As principais características da política cultural de Fernando Henrique Cardoso, gerenciadas pelo ministro Francisco Weffort ao longo de oito anos de mandato, foram objetivamente analisadas por Maria Arminda do Nascimento Arruda, em seu artigo intitulado *A política cultural: regulação estatal e mecenato privado*, publicado na revista *Tempo social*²³. Sua análise parte de um texto do próprio presidente, citado nesse artigo, que retrata a visão que Cardoso tinha das suas relações com os artistas:

No amplo leque de concepções que nortearam a política cultural arquitetada pelo governo Fernando Henrique Cardoso, certos princípios sintetizaram de modo mais direto o espírito das ações programáticas implementadas. Tais princípios podem ser claramente discernidos nas frases de abertura de um

²³ Publicado na revista *Tempo social*, volume 15, número 2, São Paulo, novembro de 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702003000200007&script=sci_arttext. Acesso em 20/11/2010.

texto de autoria do próprio ex-presidente: *“Quando artistas brasileiros se reúnem com o presidente da República, alguém com uma visão antiquada poderia imaginar uma pauta de queixas contra a desnacionalização cultural e pedidos de subsídios oficiais. Num encontro que tive recentemente no Rio de Janeiro com um grupo do primeiro time de compositores e intérpretes da nossa música popular, as demandas foram outras, muito diferentes: presteza na regulamentação da nova lei de direitos autorais e mais repressão ao comércio de CD's piratas”* (CARDOSO, 1998, p. 13) / (ARRUDA, 2003).

De acordo com Maria Arminda Arruda, esse texto expressaria o tipo de ordenamento geral do setor cultural na gestão de Cardoso, deixando entrever o caráter do relacionamento dos gestores públicos com “parte expressiva da comunidade dos artistas-intérpretes da música popular pertencentes ao ‘primeiro time’” (Idem, 2003). Para essa autora, no texto de Cardoso subjaz uma aceção que parece organizar o conjunto, ou seja, a de que todas essas características reverberam “uma atitude moderna, identificada com os novos tempos”, atributos que “embebiam a política cultural do governo” (Idem, 2003). Para Arruda, outra frase de Cardoso, escrita poucos parágrafos após o intróito do texto em questão, realçava a visão de cunho *internacionalista* do então presidente da República: “muito ao contrário do nacionalismo xenófobo, eminentemente defensivo, essa cultura em ebulição inspira uma visão autoconfiante do Brasil em tempos de globalização” (Cardoso, 1998, p. 14). Prossegue ela em sua análise:

Assumida como a expressão mais vigorosa do mundo contemporâneo, a globalização rejeita as formas do “nacionalismo xenófobo”, impondo a atualidade inescapável da inserção da cultura na dinâmica internacional. Segundo o andamento proposto, o avanço em direção à modernidade globalizada pressupõe acatar tanto as transformações do papel do Estado como a conseqüente dinâmica do mercado, realidade que abrange as mais variadas dimensões da sociedade, movimento ao qual a cultura não tem como escapar e sequer deve furtar-se, condição mesma do seu compassamento com as tendências mundialmente mais avançadas. Há, em suma, na visão do presidente, uma espécie de postulação de que a política em curso representava uma nova concepção de atividade intelectual e artística que se exprimia na organização dos assuntos culturais inaugurada no seu governo, identificada com concepções renovadas que plasmaram a ação pública na área (ARRUDA, 2003).

Para Arruda, do ângulo da política global de governo, as posições manifestadas no texto aproximam-se do “ideário neoliberal que distinguiu a sua gestão, sobretudo no transcurso do primeiro mandato (cf. SALLUM, 2000)” (Idem, 2003). Rigorosamente falando, o texto do presidente filia-se à “crença na boa regulação de mercado” (CASTELLO, 2002, p.

654), combinada à “ação disciplinadora do Estado” (Ibidem, 2003). Em outras palavras, a *economização* do setor cultural brasileiro começava a firmar-se como vetor da política de governo. Em resumo:

Uma espécie de aproximação entre os mecanismos da economia e os processos culturais ronda as afirmações presentes no texto de Fernando Henrique, operando como divisor de águas a demarcar o ideário do seu governo, sintetizado na categoria globalização, vinculada à desregulamentação das relações econômicas, às transformações das relações entre os Estados nacionais. O ideal da modernidade aí pressuposto diz respeito à inserção necessária nessa dinâmica mundializada dos mercados (Ibidem, 2003).

E é por isso que, na visão analítica de Maria Arminda Arruda, os gestores da época consideravam-se os “marcadores de um novo tempo”, como o comprova este texto do próprio ministro Francisco Weffort, citado por ela em seu artigo:

A relevância do mercado para a cultura e, de outro lado, a da cultura para o desenvolvimento econômico talvez sejam aí as mais significativas diferenças impostas pela época atual às concepções de cultura, no Brasil, desde Mário de Andrade e dos pensadores dos anos 20 e 30 [...]. Diferentemente daquela época, porém, hoje é impossível deixar de reconhecer a relevância do mercado no campo da cultura, assim como a da cultura na economia (WEFFORT, 2000, pp. 64-65).

Weffort via-se como herdeiro da tradição de Gustavo Capanema, ministro do Estado Novo, que se aliou aos grandes artistas e intelectuais de seu tempo para impulsionar a arte e a cultura brasileiras, em meio às contradições da era Vargas:

Não é, portanto, casual que o ministro Francisco Weffort remeta-se a esse momento para buscar a origem da política cultural ideada, significativamente, pela nata da intelectualidade brasileira. Vendo-se como herdeiro da melhor tradição, pois, a seu juízo, “no Brasil nunca houve, depois de 30, período no qual o país tenha aberto tantos caminhos de mudança como ocorre agora nos anos 90” (Weffort, 2000, p. 23), posicionava-se, simultaneamente, como promotor de marcante transformação (ARRUDA, 2003).

Arruda nos mostra, a seguir, que, entre as primeiras medidas implantadas pela gestão Weffort, estava a modificação da Lei Rouanet, já em maio de 1995, apresentando as seguintes alterações: aumento de 2% para 5% do percentual de abatimento do imposto de

renda de pessoas jurídicas para o patrocínio de projetos culturais; reconhecimento da figura do agente cultural na negociação dos projetos, cujos custos poderiam ser incluídos ao orçamento; anulação do calendário para encaminhamento dos projetos, cuja aceitação passou a ocorrer ao longo de todo o ano; redução do prazo oficial de noventa para sessenta dias, dedicado à apreciação dos projetos (cf. Brasil, Ministério da Cultura, 1995, APUD ARRUDA, 2003).

Estava implantado, assim, um "mercado de patrocínios", intermediado pelos "agentes culturais". Profissionais capacitados para lidar com operações financeiras e dotados de conhecimentos sobre a área tributária, as finanças e o marketing... Ficava criado, desta maneira, não só um mercado de bens culturais, mas um mercado de imagens institucionais (CASTELLO, 2002, p. 636).

Realça Maria Arminda Arruda que, em outros termos, além de profissionalizar a figura do intermediário, a política em curso estimulou o aparecimento de nichos no mercado cultural, provocou a integração de setores até então bastante distantes da lógica mercantil, como a produção artística, o patrimônio e até a cultura popular. Conclui ela:

Instaurou-se, desse modo, uma espécie de migração de procedimentos típicos da indústria cultural e do mercado publicitário. Uma análise das motivações empresariais para investir na cultura demonstra que os sentidos perseguidos do chamado *marketing* cultural são, em substância, coerentes, sobretudo, com as estratégias publicitárias e, secundariamente, com objetivos sociais, respondendo pelo espantoso crescimento do mecenato privado (cf. MOISÉS, 1998, p. 438, APUD ARRUDA, 2003).

Foi, portanto, no governo de Fernando Henrique Cardoso e na gestão de Francisco Weffort à frente do ministério da Cultura que a Lei Rouanet consolidou-se como principal mecanismo de financiamento da produção cultural brasileira, reservando às empresas o papel de escolher os projetos que deveriam ou não ser patrocinados. E hoje, passados 19 anos da criação da Lei Rouanet, observa-se que os princípios nobres dessa lei foram traídos ou desvirtuados:

a) O mecanismo federal não contribuiu significativamente para democratizar o “acesso às fontes da cultura”, nem o “pleno exercício dos direitos culturais”, pois apenas um pequeno grupo de produtores culturais se beneficiou dela e o acesso a esses produtos culturais ficou restrito, em sua grande maioria, às classes sociais A e B;

b) O patrocínio das empresas concentrou-se no eixo Rio/São Paulo, deixando muito a desejar em termos de “promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística

brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais”. Conforme as estatísticas do próprio ministério da Cultura, na prática, a lei concentrou os patrocínios no eixo Rio/São Paulo, favorecendo os produtores culturais das duas grandes capitais brasileiras.

Outro problema a considerar é que a Lei Nº 9.874²⁴, de 23/11/1999, no seu Art. 18, abriu a possibilidade de que as empresas pudessem abater 100% do valor aplicado (“as quantias efetivamente despendidas”) no patrocínio de um projeto cultural, do imposto de renda anualmente devido, no caso do apoio a segmentos culturais específicos, que foram relacionados no próprio texto da lei:

Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei.

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no § 3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de:

- a) doações; e
- b) patrocínios.

§ 2º As pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio referido no parágrafo anterior com despesa operacional.

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos segmentos:

- a) artes cênicas;
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- c) música erudita ou instrumental;
- d) circulação de exposições de artes plásticas;
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus.

O resultado concreto dessa nova lei foi que as empresas patrocinadoras passaram a dar preferência a esses segmentos culturais que propiciavam o abatimento integral do valor do patrocínio no imposto de renda. O processo resultou numa progressiva diminuição do investimento de recursos próprios das empresas em projetos culturais. Em outras palavras, as empresas procuraram se beneficiar ao máximo da Lei Rouanet, utilizando na prática somente

²⁴ Disponível em http://www.fundata.org.br/legislacao/Incentivos_Fiscais/Rouanet/Lei_9874_23-11-99_alteraRouanet.htm. Acessado em 21/04/2010.

recursos públicos no patrocínio de projetos culturais e economizando ao máximo seus recursos privados.

A Medida Provisória Nº 2.228-1²⁵, de 06/09/2001, que criou o PRODECINE – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional, ampliou ainda mais o rol de projetos a serem beneficiados com 100% de incentivo fiscal, dando nova redação ao Art. 18, que foi acrescido de mais segmentos culturais:

- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial.

Um estudo de um órgão federal, o IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada -, intitulado *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento* sob a direção de Frederico A. Barbosa da Silva, comprovou essa distorção no uso da lei, fazendo a seguinte crítica:

Os recursos da modalidade “incentivo fiscal” também sofreram oscilações. A partir de 1995, as leis de incentivo foram sucessivamente alteradas, o que gerou aporte de recursos e algumas distorções com relação aos objetivos iniciais, em especial com a redução do aporte de recursos próprios das empresas, como se verá mais à frente. O aumento dos recursos coincide com a dedução de 100% em 1997 e 2001 e os momentos de queda seguem o padrão das crises, mas a queda dos recursos incentivados é maior do que a verificada para os recursos orçamentários.

As empresas que apóiam projetos por meio das leis de incentivo pagam menos impostos. Em alguns casos, além do abatimento do IR, também é permitida a dedução do incentivo das despesas operacionais, reduzindo a base de tributação da Contribuição Sobre o Lucro Líquido e até a devolução de impostos pela Receita Federal (a lei do audiovisual faculta essa possibilidade). Em qualquer caso, esse mecanismo dificulta o acompanhamento da aplicação de recursos e dos montantes que o poder público deixa de arrecadar. Em princípio, *o apoio a projetos via incentivo deveria significar que o incentivador coloca recursos próprios adicionais*²⁶, aliás, esse é o objetivo dessas leis. Quer dizer, a renúncia fiscal não deveria ser integral, mas o poder público brasileiro abriu essa possibilidade (DA SILVA, 2007, p. 175).

²⁵ Disponível em <http://www.portaltributario.com.br/legislacao/mp2228-1.htm>. Acessado em 21/04/2010.

²⁶ O grifo está no próprio texto do estudo feito pelo IPEA.

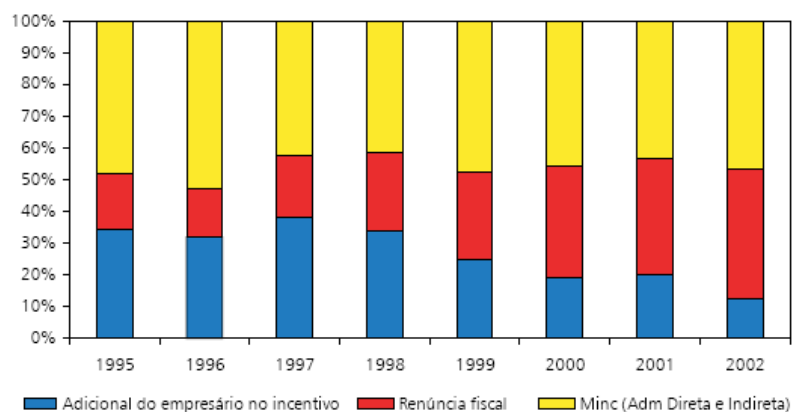
Ao analisar os valores correspondentes ao período 1995-2002, o estudo do IPEA constata que as empresas procuraram obter a máxima *otimização* dos recursos de patrocínio vinculados à Lei Rouanet:

O adicional do empresário, o que os especialistas chamam de “dinheiro novo”, decresceu durante o período. Corresponhia a 66% dos recursos incentivados em 1995 e declinou para uma participação de 23,7% em 2002, sendo que a taxa média anual de crescimento foi de 0,9% no período. Em 1995, o adicional do empresário estava na ordem de R\$ 283,6 milhões e em 2002 caiu para R\$ 99,8 milhões. Em comparação com os recursos totais (incentivados + orçamentários), chega a 2002 com participação de 12,6%, em contraste com a participação de 34,2% em 1995 (Idem, 2007, p. 176).

Minucioso, o estudo do IPEA apresenta um gráfico que revela a diminuição progressiva da participação dos recursos das próprias empresas patrocinadoras no processo de apoio a projetos:

GRÁFICO 2

Evolução dos dispêndios culturais, 1995-2002



Fonte: Siafi/Sidor/Ipea; Ministério da Cultura.

Logo após o gráfico, o estudo do IPEA apresenta o seguinte comentário esclarecedor:

Como se visualiza, houve aumento da parcela de renúncia fiscal e diminuição do aporte do adicional de recursos das empresas. Deve-se enfatizar que os incentivos fiscais são ligados ao lucro e minguam no caso de crises econômicas, fatos que pontuaram a década de 1990 (Ibidem, 2007, p. 177).

1.6 – As implicações socioculturais da nova política pública de cultura

Para Antonio Albino Canelas Rubim, professor da Universidade Federal da Bahia e estudioso das políticas públicas culturais brasileiras, as leis de incentivo fiscal à cultura, Lei Sarney e Lei Rouanet, tiveram um efeito bastante negativo sobre a sociedade brasileira. Em artigo intitulado *Políticas públicas de cultura no Brasil e na Bahia*, ele afirma que, “desde os tempos da colônia a ausência de políticas culturais é um dado de nossa história”, já que nenhum desenvolvimento cultural poderia “conviver com o obscurantismo do colonialismo português” (RUBIM, 2007, p. 1). Um colonialismo marcado “pelo menosprezo e a perseguição das culturas indígenas e africanas; a proibição de instalação de imprensas; o controle da circulação de livros; as limitações da educação e pela inexistência de ensino superior e universidades” (Idem, 2007, ps. 1 e 2). E, após acrescentar que “a República também primou pela ausência de políticas culturais” (Idem, 2007, p. 2), ele observa que, após o fim da ditadura militar, ocorreu uma mudança para pior:

A auto-intitulada “Nova República”, no período imediato pós-ditadura militar, introduz uma nova modalidade de ausência. Ela expande o Estado no registro da cultura, com a criação do ministério da Cultura e outras instituições, mas, simultaneamente, introduz um mecanismo que solapa em grande medida uma atuação cultural mais consistente do Estado. A Lei Sarney e as subseqüentes leis de incentivo à cultura, através da isenção fiscal, retiram o poder de decisão do Estado e colocam a deliberação nas mãos da iniciativa privada, ainda que o recurso econômico usado seja majoritariamente público. Nesta perversa modalidade de ausência, o Estado está presente apenas como fonte de financiamento. A política de cultura, naquilo que implica em deliberações, escolhas e prioridades, é propriedade das empresas e suas gerências de *marketing* (Ibidem, 2007, ps. 2 e 3).

Nesse panorama, os artistas e produtores culturais brasileiros foram coagidos a se submeterem aos critérios e objetivos de *marketing* empresariais, o que deu origem a produtos artísticos e culturais *prêt-à-porter*, sob medida para os anseios de lucro das empresas, e não para os anseios do público (as demandas culturais da população) e dos próprios artistas (como veremos nas pesquisas apresentadas no Capítulo 2, muitos deles preferem o apoio direto do poder público, que dispensa o atrelamento da produção artística e cultural à *camisa de força* do *marketing* empresarial).

Segundo o professor Antonio Albino Canelas Rubim, este tipo de política de cultura, que entrega ao mercado o papel de motor da produção artística, e que é marcada pela ausência

do Estado, atingiu seu “ponto culminante” no “governo neoliberal de Fernando Henrique Cardoso e Francisco Weffort²⁷” (Ibidem, 2007, p. 3). Acrescenta Antonio Albino:

A cultura é considerada antes de tudo “um bom negócio”, como assinala o já famoso manual da época editado pelo ministério²⁸. Em um texto publicado no insuspeito livro intitulado *A Era FHC*, o jornalista José Castello anota esta nova ausência do Estado. As leis de incentivo assumem o lugar das políticas estatais e o mercado toma o papel do Estado²⁹. A ausência vem confirmar a incapacidade histórica da democracia no Brasil, até aquele momento, de atuar na área da cultura (Ibidem, 2007, p. 3).

Após este breve histórico, que acreditamos tenha sinalizado objetivamente as graves distorções da política federal de cultura nas últimas décadas, abordaremos no próximo capítulo outra problemática da Lei Rouanet, que é o escopo original desta dissertação: poderá a Lei Rouanet ser vista como um *dispositivo*, nos termos pronunciados por Michel Foucault e conforme a expansão desse conceito, apresentada por Giorgio Agambem? No âmbito da comunicação, que novas mediações socioculturais os artistas e produtores de cultura da cidade do Rio de Janeiro, universo que elegemos como recorte geográfico do nosso estudo, foram coagidos a aprender em função da necessidade de utilizar a Lei Rouanet – e quais as consequências, os efeitos desses procedimentos *condutores da conduta* sobre eles e seus processos criativos? Existem parâmetros que possam legitimar a subordinação dos processos comunicacionais dos artistas e produtores aos critérios de comunicação corporativa das empresas, que visam a atingir objetivos de *marketing* institucional ou de *marketing* de venda de produtos e serviços? Em última instância, será que podemos considerar a Lei Rouanet e seus efeitos sobre a comunidade criativa do Rio de Janeiro como um mecanismo do que Gilles Deleuze denominou *sociedade de controle*, característica do mundo contemporâneo, que funciona não mais “por confinamento”, como acontecia na sociedade disciplinar estudada por Foucault, mas sim “por controle contínuo e comunicação instantânea” (DELEUZE, 1992, p. 216)? Essas e outras perguntas serão respondidas com o auxílio dos próprios artistas e produtores culturais, entrevistados para opinar sobre essas questões.

²⁷ Ministro da Cultura nos dois mandatos do presidente Fernando Henrique Cardoso.

²⁸ Referência ao folheto *Cultura é um bom negócio*, editado pelo Ministério da Cultura em 1995.

²⁹ Referência ao capítulo *A Era FHC: um balanço*, escrito pelo jornalista José Castello, que consta no livro *Cultura*, organizado por LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens. São Paulo: Cultura, 2002, p. 627-656.

CAPÍTULO 2 - OS EFEITOS DA LEI ROUANET SOBRE OS ARTISTAS E PRODUTORES CULTURAIS DO RIO DE JANEIRO

Como as maiores empresas patrocinadoras de cultura do Brasil – privadas e estatais – são radicadas nas duas maiores capitais do país, São Paulo e Rio de Janeiro, ocorreu uma previsível concentração dos patrocínios empresariais incentivados pela Lei Rouanet nessas duas metrópoles. Neste estudo, abordaremos as consequências dessa lei sobre os artistas e produtores culturais do Rio de Janeiro, cidade eleita como recorte geográfico da nossa pesquisa e que, por ser considerada, ainda, como a capital cultural do país, certamente nos dará dados e informações sobre os efeitos desse dispositivo legal federal em um universo emblemático da produção artística nacional.

Porém, para poder investigar se a Lei Rouanet funciona simultaneamente como um dispositivo de disciplinamento dos artistas, um instrumento da sociedade de controle e também produtor de subjetividade, precisamos rever o quadro teórico de todos esses conceitos, conforme foram enunciados por Michel Foucault, Giorgio Agamben (que estudou o conceito de dispositivo em Foucault), Gilles Deleuze, Toni Negri e Michael Hardt, Félix Guattari e Peter Pál Pelbart.

2.1 – As técnicas de poder: da disciplina à biopolítica

Aprendemos com Foucault, em suas aulas do Collège de France registradas no livro *Em defesa da sociedade*, que, com o fim dos regimes monárquicos e do poder de vida e morte dos soberanos sobre seus súditos, o poder político passou a ser exercido sobre a sociedade de outra forma, menos drástica e mais insidiosa. Assim, nos séculos XVII e XVIII, “viram-se aparecer técnicas de poder que eram essencialmente centradas no corpo, no corpo individual” (FOUCAULT, 2002, p. 288). Eram “todos aqueles procedimentos pelos quais se assegurava a distribuição espacial dos corpos individuais (sua separação, seu alinhamento, sua colocação em série e em vigilância) e a organização, em torno desses corpos individuais, de todo um campo de visibilidade” (Idem, 2002, p. 288). Entre essas técnicas, incluíam-se aquelas “pelas quais se incumbiam desses corpos, tentavam aumentar-lhes a força útil através do exercício, do treinamento etc.” (Ibidem, 2002, p. 288). Complementa Foucault:

Eram igualmente técnicas de racionalização e de economia estrita de um poder que devia se exercer, da maneira menos onerosa possível, mediante todo um sistema de vigilância, de hierarquias, de inspeções, de escriturações, de relatórios: toda essa tecnologia, que podemos chamar de tecnologia disciplinar do trabalho. Ela se instala já no final do século XVII e no decorrer do século XVIII (ibidem, 2002, p. 288).

Essa tecnologia deu origem ao que Foucault denominou *sociedade disciplinar*, na qual o poder político procurava tornar os corpos dos indivíduos dóceis e adestrados, através de diversos *dispositivos*, como a família, a escola, o exército, a polícia, o sistema legal, a fábrica, o sistema prisional, o hospital, o hospício, a igreja.

De acordo com Foucault, durante a segunda metade do século XVIII surgiu uma nova tecnologia de poder, diferente:

Uma tecnologia de poder que não exclui a primeira, que não exclui a técnica disciplinar, mas que a embute, a integra, que a modifica parcialmente e que, sobretudo, vai utilizá-la implantando-se de certo modo nela, e incrustando-se efetivamente graças a essa técnica disciplinar prévia. Essa nova técnica não suprime a técnica disciplinar simplesmente porque é de outro nível, está noutra escala, tem outra superfície de suporte e é auxiliada por instrumentos totalmente diferentes (Ibidem, 2002, ps. 288-289).

Diferentemente da disciplina, que se dirige “ao corpo”, a nova técnica se aplica “à vida dos homens”, ao “homem ser vivo” (Ibidem, 2002, p. 289). Acrescenta o pensador francês: “no limite, se vocês quiserem, ao homem-espécie” (Ibidem, 2002, p. 289). Prosseguindo em sua análise, Foucault clarifica ainda mais o seu conceito:

Depois da anátomo-política do corpo humano, instaurada no decorrer do século XVIII, vemos aparecer, no fim do mesmo século, algo que já não é uma anátomo-política do corpo humano, mas que eu chamaria de uma “biopolítica” da espécie humana (Ibidem, 2002, p. 289).

Essa biopolítica não se refere mais ao indivíduo, mas ao grosso da população, a “um conjunto de processos como a proporção dos nascimentos e dos óbitos, a taxa de reprodução, a fecundidade de uma população etc.” (Ibidem, 2002, ps. 289 e 290). Juntamente com “uma porção de problemas econômicos e políticos”, esses processos de “natalidade, de mortalidade, de longevidade”, constituíram “os primeiros alvos de controle dessa biopolítica”. Surgem os cuidados do poder com a demografia, a medição estatística dos fenômenos cujo controle se iniciava, as políticas de natalidade e também o controle da morbididade, das “doenças que são

fatores permanentes de subtração das forças, diminuição do tempo de trabalho, baixa de energias, custos econômicos, tanto por causa da produção não realizada quanto dos tratamentos que podem custar” (Ibidem, 2002, ps. 290 e 291).

As técnicas de poder sobre a população assumem uma dimensão mais generalizada, trazem “a introdução de uma medicina que vai ter, agora, a função maior da higiene pública”, a “campanha de aprendizado da higiene e de medicalização da população” (Ibidem, 2002, p. 291). Do ponto de vista da economia, surgem “mecanismos mais sutis, mais racionais, de seguros, de poupança individual e coletiva, de seguridade etc.” (Ibidem, 2002, p. 291). Outro domínio em que as novas técnicas de poder se instalam será a de controlar os efeitos do meio ambiente sobre a população, para prevenir epidemias, as relações da espécie humana, enquanto conjunto de seres vivos, com seu meio, configurando aquilo que “será, essencialmente, o problema da cidade” (Ibidem, 2002, p. 292)

A esta altura, Foucault marca as diferenças entre as técnicas *disciplinares* de poder e as novas técnicas *biopolíticas*:

As disciplinas lidavam praticamente com o indivíduo e com seu corpo. Não é exatamente com a sociedade que se lida nessa nova tecnologia de poder (ou, enfim, com o corpo social, tal como o definem os juristas); não é tampouco com o indivíduo-corpo. É um novo corpo: corpo múltiplo, corpo com inúmeras cabeças, se não infinito pelo menos necessariamente numerável. É a noção de “população”. A biopolítica lida com a população, e a população como problema político, como problema a um só tempo científico e político, como problema biológico e como problema de poder, acho que aparece nesse momento (Ibidem, 2002, ps. 292 e 293).

Se, historicamente, a biopolítica começou como forma de técnica de poder não mais sobre o indivíduo, mas sobre toda a população ou grandes segmentos dela, com ênfase nos aspectos sanitários, com o passar do tempo o poder começou a utilizar pesquisas estatísticas para legitimar sua intervenção nos mais diversos campos sociais, da produção agrícola às condições de moradia nas grandes cidades, do sistema educacional aos mecanismos de controle homeostático da economia. Observa-se que o nosso objeto de estudo – a Lei Rouanet – se destinou, desde sua criação, a um segmento específico e considerável da população brasileira: os artistas e produtores culturais. Em relação ao dispositivo anterior – a Lei Sarney – ela deu seguimento a uma campanha racional que tinha duplo objetivo *biopolítico*: treinar, em escala nacional, os artistas e produtores culturais para procurar recursos financeiros junto às empresas, não mais junto ao poder público e ao mesmo tempo

acostumar, também em escala nacional, os executivos das grandes empresas a prover os recursos financeiros para a produção cultural através do regime de patrocínio, de modo a compensar a carência de recursos federais na área cultural. Basta dizer que o Ministério da Cultura, durante anos, dispôs de um orçamento anual inferior a 1% do Orçamento da União.

Como observou Paulo Vaz em seu artigo *Risco e Justiça*, não se trata aqui de “manter intocada a conceituação” que Foucault fez da sociedade, “pois mudamos” (VAZ, 2004, p. 101). Como bem observou esse autor,

Cabe, sim, usando alguns de seus princípios metodológicos, avaliar a distância que nos separa da sociedade disciplinar; em outras palavras, mais do que suas hipóteses, cabe reativar seu modo de conceber o questionamento do presente. A figura Foucaultiana do intelectual requeria a intervenção no debate político do presente através da análise da nossa herança intelectual. Manter a figura implica hoje historicizar seu pensamento, admitir que parte do que Foucault pensou pertence a um mundo que não existe mais (Idem, 2004, p. 101).

Essa distância da sociedade disciplinar nos leva ao pensamento de Gilles Deleuze, filósofo que deu o exemplo da retomada dos conceitos de Foucault numa perspectiva adequada à conjuntura do presente. De novo, é Paulo Vaz quem constata esse papel deleuziano em referência a Michel Foucault:

A estratégia de circunscrever temporalmente as teses de Foucault sobre a sociedade disciplinar não é novidade. Deleuze, em seu curto artigo *Pós-escrito sobre as sociedades de controle*, abriu o caminho, que é explorado desde então por vários autores. Uma vez mais, a circunscrição temporal não significa o abandono do pensamento de Foucault. O fato de que cada vez menos se utilizem técnicas disciplinares de poder não invalida suas intuições sobre a relação entre poder e sujeito e sobre como se pensar a história do pensamento (Ibidem, 2004, p. 102).

Por isso, vamos investigar em seguida o conceito de dispositivo na obra de Foucault, para verificar se ele pode ser aplicado especificamente à Lei Rouanet, partindo do fato de que se trata de uma lei para constatar se o processo que ela instaurou no país, no todo ou em parte, pode ser considerado como instrumento da sociedade de controle, nos termos propostos por Gilles Deleuze.

2.2 – O conceito de “dispositivo” em Foucault e Agamben

Surge, pois, a pergunta: poderíamos ver a Lei Rouanet e os processos por ela instaurados como sendo um *dispositivo* no sentido Foucaultiano da palavra? Acreditamos que sim, após ler a obra *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*, do filósofo italiano Giorgio Agamben. Nesse livro, cuja primeira parte é dedicada justamente à explicitação do que Foucault considerava um *dispositivo* – e que faz, inclusive, uma interessante genealogia desse conceito, encontramos a seguinte definição do termo, dada pelo próprio Michel Foucault, em uma entrevista concedida no ano de 1977:

Aquilo que procuro individualizar com este nome é, antes de tudo, um conjunto absolutamente heterogêneo que implica discursos, estruturas arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas, em resumo: tanto o dito como o não dito, eis os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se estabelece entre estes elementos (FOUCAULT, APUD AGAMBEN, 2009, p. 28).

Para Foucault, portanto, uma *lei* é claramente uma parte de um *dispositivo*. Foucault esclarece mais ainda o conceito, em seu próximo enunciado: “com o termo dispositivo, compreendo uma espécie – por assim dizer – de formação que num certo momento histórico teve como função essencial responder a uma urgência. O dispositivo tem, portanto, uma função eminentemente estratégica” (FOUCAULT, APUD AGAMBEN, 2009, p. 28).

A Lei Rouanet, quando foi criada, respondeu justamente a uma necessidade estratégica, mostrada no Capítulo 1 desta dissertação, que foi a de instaurar uma política neoliberal no setor cultural, atrelada ao Consenso de Washington, diminuindo a participação do Estado no apoio financeiro à cultura e transferindo esse papel para a iniciativa privada, obrigando os artistas e produtores culturais a se submeterem aos critérios empresariais de *marketing*.

Na entrevista de Foucault mencionada no livro de Agamben, o pensador francês traz à luz as relações de força que ele subentende no conceito de dispositivo:

Disse que o dispositivo tem natureza essencialmente estratégica, que se trata, em consequência, de uma certa manipulação de relações de força, de uma intervenção racional e combinada das relações de força, seja para orientá-las numa certa direção, seja para bloqueá-las ou para fixá-las e utilizá-las. O dispositivo está sempre inscrito num jogo de poder e, ao mesmo tempo,

sempre ligado aos limites do saber, que derivam desse e, na mesma medida, condicionam-no. Assim, o dispositivo é: um conjunto de estratégias de relações de força que condicionam certos tipos de saber e por ele são condicionados (*Dits et écrits*, v. III, ps. 299-3000) FOUCAULT, APUD AGAMBEN, 2009, p. 28).

À moda de Foucault, Agamben faz a genealogia do termo dispositivo na obra do pensador francês. Ele descobre que Jean Hyppolite, um dos professores de Foucault, em um de seus livros sobre o jovem Hegel, usa o termo “positividade” para descrever como o filósofo, na sua juventude, denominava “o elemento histórico, com toda sua carga de regras, ritos e instituições impostas aos indivíduos por um poder externo, mas que se torna, por assim dizer, interiorizada nos sistemas das crenças e dos sentimentos” (AGAMBEN, 2009, p. 32). Conclui Agamben:

Foucault, tomando emprestado este termo (que se tornará mais tarde “dispositivo”), toma posição em relação a um problema decisivo, que é também o seu problema mais próprio: a relação dos indivíduos como seres viventes e o elemento histórico, entendendo com este termo o conjunto das instituições, dos processos de subjetivação e das regras em que se concretizam as relações de poder. O objetivo último de Foucault não é, porém, como em Hegel, aquele de reconciliar os dois elementos. E nem mesmo o de enfatizar o conflito entre esses. Trata-se para ele, antes, de investigar os modos concretos em que as positivities (ou os dispositivos) agem nas relações, nos mecanismos e nos “jogos” de poder. (Idem, 2009, ps. 32 e 33).

Para Agamben, dispositivo “é um termo técnico essencial do pensamento de Foucault” (Ibidem, 2009, p. 33). Trata-se de um “termo geral, que tem a mesma amplitude que, segundo Hyppolite, ‘positividade’ tem para o jovem Hegel e, na estratégia de Foucault, vem ocupar o lugar daqueles que ele define criticamente como ‘os universais’” (Ibidem, 2009, p. 33). Acrescenta o filósofo italiano:

Foucault, como sabem, sempre recusou a se ocupar daquelas categorias gerais ou entes da razão que chama de “os universais”, como o Estado, a Soberania, a Lei, o Poder. Mas isso não significa que não haja, no seu pensamento, conceitos operativos de caráter geral. Os dispositivos são precisamente o que na estratégia foucaultiana toma o lugar dos universais: não simplesmente esta ou aquela medida de segurança, esta ou aquela tecnologia do poder, e nem mesmo uma maioria obtida por abstração: antes, como dizia na entrevista de 1977, “a rede” (*le réseau*) que se estabeleceu “entre estes elementos” (AGAMBEN, 2009, ps. 33 e 34)

Em seguida, Agamben analisa como o termo grego *oikonomia*, que deu origem à palavra “economia”, desempenhou uma função decisiva no campo da teologia. Interpretando o pensamento de Aristóteles, padres falaram de economia divina para solucionar as contradições do mistério da Santíssima Trindade. Conforme Agamben:

O argumento era mais ou menos o seguinte: “Deus, quanto ao seu ser e à sua substância, é certamente uno; mas quanto à sua *oikonomia*, isto é, ao modo em que administra a casa, a sua vida e o mundo que criou, é ao contrário, tríplice. Como um bom pai pode confiar ao filho o desenvolvimento de certas funções e de certas tarefas, sem por isso perder o seu poder e a sua unidade, assim Deus confia a Cristo a ‘economia’, a administração e o governo da história dos homens” (AGAMBEN, 2009, p.36).

O estratagema metafísico não foi dos melhores, porque, como realça o próprio Agamben, “a fratura que os teólogos procuraram deste modo evitar e remover em Deus sob o plano do ser reaparece na forma de uma cesura que separa em Deus ser e ação, ontologia e práxis” (Idem, 2009, p. 37). Nesta perspectiva, “a ação (a economia, mas também a política) não tem nenhum fundamento no ser: esta é a esquizofrenia que a doutrina teológica da *oikonomia* deixa como herança à cultura ocidental” (Ibidem, 2009, p. 37).

Esclarece Agamben que, a partir de Clemente de Alexandria, a noção de *oikonomia* “se funde com a noção de providência, e passa a significar o governo salvífico do mundo e da história dos homens” (Ibidem, 2009, ps. 37 e 38). Surge então uma histórica revelação: “Pois bem: qual é a tradução deste fundamental termo grego nos escritos dos padres latinos? *Dispositio*” (Ibidem, 2009, p. 38).

Deste modo o termo “dispositivo” é investido de toda a complexa esfera semântica da *oikonomia* teológica. Para Agamben, os dispositivos Foucaultianos estão de algum modo conectados com essa herança. Faz ele então uma afirmação que é central para os propósitos deste trabalho sobre a Lei Rouanet:

O termo dispositivo nomeia aquilo em que e por meio do qual se realiza uma pura atividade de governo sem nenhum fundamento no ser. Por isso os dispositivos devem sempre implicar um processo de subjetivação, isto é, devem produzir o seu sujeito (AGAMBEN, 2009, p. 38).

É exatamente isso que pretendemos mostrar: que a Lei Rouanet é um dispositivo que, desde sua criação, instaurou um processo de produção de subjetividade, visando à transformação de artistas e produtores culturais em empreendedores capitalistas, bem

sucedidos no mercado dos patrocínios, deixando à margem aqueles que não conseguiram bom desempenho competitivo.

Voltando a Agamben: generalizando sobre a bastante ampla classe dos dispositivos Foucaultianos, ele constrói uma definição desse termo. Em suas palavras:

Chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas etc., cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e – porque não – a própria linguagem, que talvez é o mais antigo dos dispositivos, em que há milhares e milhares de anos um primata – provavelmente sem se dar conta das consequências que se seguiriam – teve a inconsciência de se deixar capturar (AGAMBEN, 2009, ps. 40 e 41).

Nessa perspectiva, pode-se ver a Lei Rouanet como um processo que “captura, orienta, determina, intercepta, modela e controla” a produção artística e cultural do país, “assegurando os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos” dos agentes culturais na direção do mercado, da arte vista na sua condição de mercadoria, de produto como outro qualquer, e que necessita de uma estratégia de *marketing* para se viabilizar e para atingir seu público-alvo. As operações a que essa lei obriga os artistas e produtores culturais – o preenchimento de formulários padronizados, o atendimento a exigências burocráticas, o disciplinamento da linguagem, a montagem de estratégias de *marketing cultural* para lograr êxito na captação de patrocínio, a aprendizagem de técnicas de negociação com executivos de empresas patrocinadoras e os procedimentos de gestão e divulgação de projetos, entre outras necessidades – configuram, em nossa hipótese, uma verdadeira subordinação da produção artística aos critérios de comunicação corporativa e de *marketing* das empresas patrocinadoras.

Transpondo o pensamento de Foucault para a sociedade brasileira da última década, veremos que, para obter a aprovação do ministério da Cultura para seus projetos, os artistas e produtores culturais precisaram passar por um processo de disciplinamento, não apenas no que se refere a obedecer às exigências dos trâmites burocráticos governamentais, mas também foram obrigados a estar com suas empresas de produção cultural totalmente regularizadas e em dia com todos os impostos, já que o ministério da Cultura exige, para aprovar qualquer

projeto no regime de Mecenato, cópias dos contratos ou estatutos sociais dos proponentes, cópia do CNPJ, fotocópias da carteira de identidade e do CPF do dirigente, autenticadas em cartório, bem como as certidões negativas de todos os impostos (municipais, estaduais e federais), além das certidões de regularidade com o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço e com o INSS – Instituto Nacional do Seguro Social. A burocracia é tanta que chega a exigir uma Certidão Negativa de Não Contribuinte do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, um tributo da esfera estadual) para organizações não-governamentais de natureza cultural e para empresas de produção artística que, por sua própria condição jurídica, estão obviamente isentas do pagamento de ICMS (imposto que deve ser pago por fábricas, indústrias, empresas distribuidoras de produtos ou serviços e que também está embutido em diversas mercadorias vendidas pelo comércio). Existe aqui, portanto, todo um sistema de vigilância, de inspeção, de escrituração, de acúmulo de documentação e de comprovação de regularidade. Um sistema racionalizado pelo Estado, que visava à máxima economia de recursos e que buscava adestrar os artistas e produtores culturais a uma nova sistemática de obtenção de recursos para seus projetos, que dependia adicionalmente da obtenção de parcerias com a iniciativa privada. Pode-se dizer que havia também a intenção de promover ao mesmo tempo o *disciplinamento* das empresas, de levá-las a aderir a um novo processo de fomento à produção cultural, no qual o governo dava aos empresários a recompensa do incentivo fiscal para que eles passassem a injetar recursos próprios na produção artística e em outros eventos de cunho cultural, de modo a criar mais *capital de giro* no setor.

Retornamos neste ponto a Agamben, que atualizou o pensamento de Foucault para que possamos compreender o mundo capitalista complexo em que vivemos:

Recapitulando, temos assim duas grandes classes, os seres vivos (ou as substâncias) e os dispositivos. E, entre os dois, como terceiro, os sujeitos. Chamo sujeito o que resulta da relação e, por assim dizer, do corpo a corpo entre os vivos e os dispositivos. Naturalmente as substâncias e os sujeitos, como na velha metafísica, parecem sobrepor-se, mas não completamente. Neste sentido, por exemplo, um mesmo indivíduo, uma mesma substância, pode ser o lugar dos múltiplos processos de subjetivação: o usuário de telefones celulares, o navegador na internet, o escritor de contos, o apaixonado por tango, o não-global etc. Ao ilimitado crescimento dos dispositivos no nosso tempo corresponde uma igualmente disseminada proliferação de processos de subjetivação. Isso pode produzir a impressão de que a categoria da subjetividade no nosso tempo vacila e perde consistência: mas se trata, para ser preciso, não de um cancelamento ou de uma superação,

mas de uma disseminação que leva ao extremo o aspecto de mascaramento que sempre acompanhou toda identidade pessoal (AGAMBEN, 2009, ps. 41 e 42).

Arremata Agamben: “não seria provavelmente errado definir a fase extrema do desenvolvimento capitalista que estamos vivendo como uma gigantesca acumulação e proliferação de dispositivos” (Idem, 2009, p. 42). Nesse cenário de proliferação de dispositivos, artistas e produtores culturais não poderiam viver, decerto, imunes aos múltiplos processos de produção de subjetividades – sendo que, no caso brasileiro, a Lei Rouanet ocupa lugar especial como dispositivo capaz de promover o disciplinamento dos artistas e produtores culturais às regras da burocracia estatal e dos critérios de *marketing* das empresas, resultando em um processo voltado para a transformação desses agentes em efetivos empresários. A conjuntura em que vivemos, porém, como veremos a seguir, é ainda mais complexa e mais difícil de ser superada, uma vez que, na sociedade pós-fordista em que vivemos, a *sociedade disciplinar*, sem perder as forças que ela conseguiu incrustar desde épocas passadas no tecido social, se transformou, como disse Deleuze, em *sociedade de controle*.

2.3 – A passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle

Para o filósofo francês Gilles Deleuze, no mundo contemporâneo se realizou a passagem das *sociedades disciplinares* para as *sociedades de controle*. Numa rápida análise histórica, Deleuze mostra que Foucault realçou a passagem das *sociedades de soberania*, nas quais dirigentes monárquicos decidiam “sobre a morte, mais do que gerir a vida” para as sociedades disciplinares: “a transição foi feita progressivamente, e Napoleão parece ter operado a grande conversão de uma sociedade à outra” (DELEUZE, 1992, p. 219). Mas, conforme anota Deleuze, “as disciplinas também conheceriam uma crise, em favor de novas forças que se instalavam lentamente e que se precipitaram depois da Segunda Guerra Mundial: sociedades disciplinares é o que já não éramos mais, o que deixávamos de ser” (Idem, 1992, ps. 219 e 220).

Os meios de confinamento analisados por Foucault, como a prisão, o hospital, a escola, a fábrica, a família, característicos das sociedades disciplinares, segundo Deleuze entraram em “crise generalizada” e “os ministros competentes não param de anunciar

reformas supostamente necessárias” (Ibidem, 1992, p. 220). As instituições disciplinares “estão condenadas, num prazo mais ou menos longo” (Ibidem, 1992, p. 220). Conclusão:

Trata-se apenas de gerir sua agonia e ocupar as pessoas, até a instalação das novas forças que se anunciam. São as *sociedades de controle* que estão substituindo as sociedades disciplinares. “Controle” é o nome que Burroughs³⁰ propõe para designar o novo monstro e que Foucault reconhece como nosso futuro próximo (Ibidem, 1992, p. 220).

Comparando a sociedade disciplinar com o regime emergente do controle, Deleuze aponta um horizonte de luta incessante:

Não se deve perguntar qual é o regime mais duro, ou o mais tolerável, pois é em cada um deles que se enfrentam as liberações e as sujeições. Por exemplo, na crise do hospital como meio de confinamento, a setorização, os hospitais-dia, o atendimento a domicílio puderam marcar de início novas liberdades, mas também passaram a integrar mecanismos de controle que rivalizam com os mais duros confinamentos. Não cabe temer ou esperar, mas buscar novas armas (Ibidem, 1992, p. 220).

Deleuze também realçou que Foucault foi capaz de perceber que as sociedades disciplinares estavam sendo substituídas por outras, cabendo ao primeiro cunhar o termo “sociedade de controle” para descrever o novo tipo de sistema social que nos envolve na vida contemporânea:

É certo que entramos em sociedades de “controle”, que já não são exatamente disciplinares. Foucault é com frequência considerado como o pensador das sociedades de disciplina, e de sua técnica principal, o *confinamento* (não só o hospital e a prisão, mas a escola, a fábrica, a caserna). Porém, de fato ele é um dos primeiros a dizer que as sociedades disciplinares são aquilo que estamos deixando para trás, o que já não somos. Estamos entrando nas sociedades de controle, que funcionam não mais por confinamento, mas por controle contínuo e comunicação instantânea (Ibidem, 1992, p. 216).

Após comentar que a cada tipo de sociedade corresponde certo tipo de máquina (máquinas simples, com roldanas e alavancas para as sociedades de soberania; máquinas energéticas para as sociedades disciplinares, com o perigo passivo da entropia e o perigo ativo da sabotagem; e máquinas de informática e computadores para as sociedades de controle, cujo

³⁰ Referência ao escritor norte-americano William S. Burroughs, que viveu na Alemanha no período nazista e que se interessou, entre outros temas, pelos mecanismos de controle do Estado sobre seus cidadãos.

perigo passivo é a interferência e o ativo a pirataria e a introdução de vírus), Deleuze assim descreve a mais recente mutação do capitalismo:

O capitalismo do século XIX é de concentração, para a produção, e de propriedade. Por conseguinte, erige a fábrica como meio de confinamento, o capitalista sendo o proprietário dos meios de produção, mas também eventualmente proprietário de outros espaços concebidos por analogia (a casa familiar do operário, a escola). Quanto ao mercado, é conquistado ora por especialização, ora por colonização, ora por redução dos custos de produção. Mas atualmente o capitalismo não é mais dirigido para a produção, relegada com frequência à periferia do Terceiro Mundo, mesmo sob as formas complexas do têxtil, da metalurgia ou do petróleo. É um capitalismo de sobre-produção. Não compra mais matéria-prima e já não vende produtos acabados: compra produtos acabados ou monta peças destacadas. O que ele quer vender são serviços, e o que quer comprar são ações. Já não é um capitalismo dirigido para a produção, mas para o produto, isto é, para a venda ou para o mercado. Por isso ele é essencialmente dispersivo, e a fábrica cedeu lugar à empresa (Ibidem, 1992, os. 223 e 224).

As operações do novo capitalismo são muito mais flexíveis (e assustadoras):

A família, a escola, o exército, a fábrica, não são mais espaços analógicos distintos que convergem para um proprietário, estado ou potência privada, mas são agora figuras cifradas, deformáveis e transformáveis, de uma mesma empresa que só tem gerentes. Até a arte abandonou os espaços fechados para entrar nos circuitos abertos do banco. As conquistas de mercado se fazem por tomada de controle e não mais por formação de disciplina, por fixação de cotações mais do que por redução de custos, por transformação do produto mais do que por especialização da produção. A corrupção ganhou aí uma nova potência. O serviço de vendas tornou-se o centro ou a “alma” da empresa. Informam-nos que as empresas têm alma, o que é efetivamente a notícia mais terrificante do mundo (Ibidem, 1992, p. 224).

E Deleuze conclui que o *marketing* agora reina, ocupando o papel principal do jogo de controle social:

O *marketing* é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente de nossos senhores. O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua. O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado. É verdade que o capitalismo manteve como constante a extrema miséria de três quartos da humanidade, pobres demais para a dívida, numerosos demais para o confinamento: o controle não só terá que enfrentar a dissipação das fronteiras, mas também a explosão dos guetos e favelas (Ibidem, 1992, p. 224).

2.4 – Os efeitos do formulário da Lei Rouanet sobre artistas e produtores culturais

Após esta sintética revisão teórica, veremos a seguir como a Lei Rouanet funcionou na última década, desde sua etapa primeira, que é o preenchimento do formulário padronizado que o Ministério da Cultura disponibilizou de norte a sul do país para que os artistas e produtores culturais pudessem apresentar suas propostas para a aprovação prévia do poder público federal. Essa aprovação, também denominada de *enquadramento*, significava a permissão para a obtenção de patrocínio dos projetos culturais nas empresas privadas e/ou estatais. A análise será feita por um sistema de passo-a-passo do preenchimento do formulário.

A primeira página do formulário requeria a inscrição de um “X” ao lado da palavra MECENATO, para indicar que o proponente do projeto objetivava conseguir recursos através do patrocínio empresarial. No primeiro modelo do formulário padronizado, existia também a opção FNC, que se referia ao Fundo Nacional de Cultura. O “X”, no caso do FNC, só poderia ser feito por uma organização não-governamental sem fins lucrativos ou por um órgão público de cultura (municipal ou estadual), que pretendesse obter recursos diretamente junto ao Ministério. A regra, neste caso, era a de que o proponente deveria comprovar dispor de 20% do valor do projeto em uma conta bancária e poderia solicitar 80% ao Ministério da Cultura, a fundo perdido. Como o Ministério sempre teve recursos escassos nesse Fundo, poucos foram os proponentes que conseguiram verbas governamentais para realizar seus projetos.

Em um manual de orientações do PRONAC – Programa Nacional de Cultura, a diferença entre os regimes do FNC e do Mecenato é estabelecida da seguinte maneira:

O FNC apóia, a fundo perdido, projetos culturais apresentados por entidades públicas e privadas sem fins lucrativos de natureza cultural.
O Mecenato refere-se ao apoio que o Governo Federal dá à cultura, permitindo que projetos culturais recebam recursos de empresas e pessoas físicas. Uma parte desses recursos pode ser deduzida do Imposto de Renda devido.

A seguir, é analisado o cabeçalho do primeiro modelo de Formulário da Lei Rouanet:

SOLICITAÇÃO DE APOIO A PROJETOS

		MECANISMO DE APOIO	
		MECENATO	
1. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO			
Título:			
Área(*):		Segmento(*)	
Modalidade(*):		Endereço na Internet:	
<input type="checkbox"/> O projeto refere-se à Cultura Negra <input type="checkbox"/> A iniciativa de realização é no exterior do país			
<input type="checkbox"/> Patrimônio Histórico tombado pelo IPHAN			
Localidade:			

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 1 – Reprodução do cabeçalho do formulário da Lei Rouanet

Após inscrever o título que criou para seu projeto, o proponente precisa consultar a Tabela I³¹ do Manual de Preenchimento, que indica as Áreas e Segmentos Culturais previstos na Lei Rouanet, para que possa indicar em que categorias seu projeto se enquadra. O ministério, com o tempo, precisou ajustar-se às demandas dos proponentes. O primeiro formulário da Lei Rouanet não dava margem à inscrição de projetos que mesclavam formas diferentes de expressão artística ou que utilizavam recursos da informática (embora um artista como Waldemar Cordeiro, por exemplo, já criasse arte por meio do computador nos anos 70, duas décadas antes da criação da Lei Rouanet). Para corrigir essa limitação, foi criado o segmento Multimídia dentro da Área de Audiovisual e também uma nova Área, a de Artes Integradas, assim descrita pelo Manual de Preenchimento: “quando o projeto envolver mais de uma área, por exemplo: um festival de arte e cultura, ou oficinas de música e artes plásticas, estará classificado como Artes Integradas”.

A Tabela II, por sua vez, mostra os tipos de Modalidades previstos na Lei. É uma lista extensa, que também cresceu em relação à primeira Tabela do gênero elaborada pelo ministério e procura prever as múltiplas possibilidades de ação ou produção artística e cultural. Apesar da margem relativamente ampla de cobertura dessas duas Tabelas, elas representam um engessamento classificatório das possibilidades de expressão artística e cultural. Isto porque, a partir do Modernismo, as formas de expressão artística começaram a se imbricar umas nas outras, eliminando fronteiras entre gêneros e segmentos. Por exemplo:

³¹ As Tabelas I e II estão disponíveis no próprio *site* do Ministério da Cultura, no seguinte link: <http://www.cultura.gov.br/site/?s=busca&cx=015263130529786204654%3Aasoduglh86s&cof=FORID%3A11&q=areas+segmentos+mecenato&sa=buscar#1804>. Acessado em 24/04/2010.

um artista como André Parente opera com as formas do vídeo (audiovisual) no contexto das artes plásticas (artes visuais /plásticas), pois ele cria *instalações*. André Parente também inventou novos *softwares* de computador, mesclando fotografia, audiovisual e tecnologia da informação. Essa conjuntura levou o Ministério da Cultura a criar, nos anos 90, a área *Artes Integradas* e o segmento Multimídia, como tentativa de abranger formas híbridas de expressão artísticas (ou formas que não se encaixam na classificação proposta pelo poder público).

Reproduzimos a seguir ambas as Tabelas (Áreas e Segmentos e Modalidades):

TABELA - I

ÁREAS E SEGMENTOS CULTURAIS

ÁREA CULTURAL	SEGMENTO
Artes Cênicas	<ul style="list-style-type: none"> • Teatro • Dança • Circo • Mímica e outros
Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Longa, Média e Curta Metragem • Vídeo • Cinema • Rádio • TV • Infra-estrutura Técnica • Distribuição • Exibição • Eventos • Multimídia
Música	<ul style="list-style-type: none"> • Música em Geral • Música Erudita • Música Instrumental
Artes Visuais	<ul style="list-style-type: none"> • Plásticas • Gráficas • Filatelia • Gravura • Cartazes • Fotografia • Exposição • Exposição Itinerante
Patrimônio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Histórico • Arquitetônico • Arqueológico • Ecológico • Museu • Acervo • Acervo Museológico • Cultura Indígena • Artesanato • Folclore
Humanidades	<ul style="list-style-type: none"> • Edição de Livros • Obras de Referência • Acervo Bibliográfico • Biblioteca • Arquivo • Periódicos • História • Filosofia • Evento literário
Artes Integradas	<ul style="list-style-type: none"> • Quando o projeto envolver mais de uma área, por exemplo: um festival de arte e cultura, ou oficinas de música e artes plásticas, estará classificado como Artes Integradas

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 2 – Reprodução da Tabela I do Manual de Preenchimento do formulário da Lei Rouanet

TABELA - II

MODALIDADE

<ul style="list-style-type: none"> • Acervo Bibliográfico • Acervo Museológico • Aquisição de equipamentos cênicos • Aquisição de equipamentos e instrumentos musicais • Bolsas • Canto Coral • Capacitação de Artistas e Técnicos • Catalogação • Catálogos • Circulação • Concertos • Concurso • Construção • Dicionários • Edição de Partituras • Emenda • Enciclopédias/Atlas • Estudos e Pesquisas 	<ul style="list-style-type: none"> • Fascículos/Encartes/Cadernos • Feiras • Festival • Formação Infância Juvenil • Formação de plateia • Gravação de CD • Guias/Agendas • História/Ciências Sociais • Jornais • Literatura Geral • Montagem • Mostra • Multimídia • Oficina/Curso/Workshop • Orquestras Brasileiras • Orquestras Estrangeiras • Patrimônio Paisagístico Natural • Plano Anual de Atividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Prêmio • Preservação de Livros/Documentos • Promoção da Leitura • Promoção de Intercâmbio • Promoção de Leitura em Biblioteca • Reforma e Modernização de Espaços • Reforma/Ampliação/Adaptação • Regional/Folclore • Restauração • Revistas • Seminários • Show de música • Técnico/Paradidático • Técnico-artístico • Tratamento de Acervo
---	--	--

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 3 – Reprodução da Tabela II do Manual de Preenchimento do formulário da Lei Rouanet

Outro aspecto que deve ser apontado aqui é que a divisão das formas de expressão artística em *áreas e segmentos culturais*, na prática, torna os artistas e demais agentes culturais brasileiros *concorrentes* entre si, não só no que diz respeito à obtenção do enquadramento do projeto na Lei Rouanet, mas também em concorrentes pela disputa de patrocínio no mercado das empresas patrocinadoras. O sistema assim montado leva à criação de grupos de interesse, que passam a lutar em causa própria, perdendo de vista a união dos diversos segmentos cultural em busca de uma política pública de cultura que represente um bem comum para a maioria. Como se não bastasse, a Medida Provisória Nº 1.589, de 24/09/1997, que concedeu 100% de incentivos fiscais a cinco segmentos culturais específicos (artes cênicas, música instrumental ou erudita, circulação de exposições de artes plásticas, edição de livros de valor artístico, literário ou humanístico, e doação de acervos para museus ou bibliotecas), criou uma verdadeira casta de agentes culturais privilegiados, pois as empresas patrocinadoras passaram a dar preferência, acintosamente, a projetos que permitiam o abatimento, do imposto de renda anualmente devido, da totalidade do valor aplicado em um patrocínio. Segmentos culturais que, nos termos da Lei Rouanet, ofereciam apenas 67% de incentivos fiscais, exigindo das empresas patrocinadoras uma contrapartida de 33% do valor do projeto, ficaram em clara desvantagem nos últimos anos, desde que a referida Portaria entrou em vigor.

A próxima etapa, no preenchimento do formulário é a parte de identificação do proponente, que se divide em *peessoas jurídicas* (com ou sem fins lucrativos, públicas ou privadas) e *peessoas físicas*.

2. IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE			
P E S S O A	<input type="checkbox"/> De Direito Público		
	Esfera administrativa: <input type="checkbox"/> Federal <input type="checkbox"/> Estadual <input type="checkbox"/> Municipal		
	Administração: <input type="checkbox"/> Direta <input type="checkbox"/> Indireta		
	<input type="checkbox"/> De direito privado sem fins lucrativos de natureza cultural		
	<input type="checkbox"/> De direito privado com fins lucrativos de natureza cultural		
J U R Í D I C A	Entidade:		CNPJ:
	Endereço:		
	Município:	UF:	CEP:
	Telefone: ()	Fax: ()	Endereço Eletrônico (E-mail):
	Diretente:		C.P.F.
	C.I. Órgão Expedidor:		Cargo:
	Matrícula:		Função:
	Endereço Residencial:		
Cidade: Rio de Janeiro		UF: RJ	CEP:
P E S S O A	Nome:		C.P.F.
	C.I. Órgão Expedidor		Endereço:
	Cidade:		UF: CEP:
	Telefone: ()	Fax: ()	Endereço Eletrônico(E-mail):

Fonte: Ministério da Cultura
Figura 4- Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à Identificação do Proponente

Aparentemente, trata-se de uma estrutura democrática, que sinaliza que o dispositivo legal permite a candidatura de todos os tipos de proponentes, inclusive pessoas físicas. Nos primeiros anos de funcionamento da lei, muitos artistas acreditaram nessa perspectiva ilusória e apresentaram os projetos em seu próprio nome, ou seja, como pessoas físicas. Os motivos eram inúmeros, mas os principais eram: o proponente não possuía sua própria empresa cultural nem a possibilidade de articulação de parceria com uma empresa de pessoa amiga; o criador do projeto tinha receio de que roubassem a sua idéia, se ele se aliasse a outras pessoas; ou o proponente acreditava que assim manteria controle absoluto sobre seu projeto, mesmo que depois precisasse montar uma parceria com uma ONG ou empresa cultural. De sua parte, o ministério da Cultura não oferecia obstáculos a projetos apresentados em nome de pessoas físicas e muitos foram *enquadrados* dessa maneira. Porém, no momento da obtenção de patrocínio, esses agentes culturais deparavam-se com uma dura realidade: as empresas patrocinadoras consideram projetos de pessoas físicas como *empreendimentos amadorísticos*

e só se interessam, salvo em raríssimas exceções pontuais, por projetos culturais que tenham pessoas jurídicas como responsáveis pela sua execução.

A terceira parte do formulário é a que recebe a descrição dos *objetivos* do projeto. Porém tornando obrigatória a menção dos *resultados* que serão alcançados pela proposta cultural:

3.OBJETIVOS Indique os objetivos do projeto, isto é, o que deseja realizar, inclusive seus resultados

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 5 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente aos Objetivos do projeto cultural

Essa estrutura obriga o agente cultural a pensar em qual é o *produto cultural* que será resultante do seu projeto, que *especificações técnicas* terá, quantas unidades serão produzidas (ou quantos ingressos serão vendidos), qual é o *público-alvo* a que ele se destina, quantas pessoas serão atingidas, além de especificar o *perfil de seu público* em termos de gênero, faixa etária e classe social. Em resumo, ao preencher essa parte do formulário, o proponente é obrigado a pensar seu projeto em termos de *marketing*, pois qualquer produto que é lançado no mercado, dentro de um regime capitalista, precisa ter todos esses aspectos pré-definidos. É assim que, utilizando os conceitos estabelecidos por Felix Guattari, a *cultura-valor*³² e a *cultura-alma coletiva*³³, que podem estar presentes no momento da concepção de um projeto, se transformam em *cultura-mercadoria*³⁴, objeto de compra e venda no mercado dos patrocínios e de distribuição de produtos culturais. Ao mesmo tempo, o agente cultural vai

³² O conceito de Guattari se refere ao sentido mais antigo da palavra cultura (“cultivar o espírito”). Corresponde a um julgamento de valor, “que determina quem tem cultura e quem não tem, se pertence a meios cultos ou incultos” (Guattari, 2007, p. 23)

³³ Este conceito é realçado por Guattari como “sinônimo de civilização”. Neste caso, já não existe o par “ter ou não ter” cultura. Essa é uma cultura “muito democrática: qualquer um pode reivindicar sua identidade cultural”. É “uma espécie de *a priori* da cultura: fala-se em cultura negra, cultura *underground*, cultura técnica e assim por diante”. Guattari observa que é “uma espécie de alma um tanto vaga, difícil de captar”, pois é “uma dimensão semântica que se encontra tanto no partido hitleriano, com a noção de *Volk* (povo), quanto em numerosos movimentos de emancipação que querem se reapropriar de sua cultura e de seu fundo cultural” (Guattari, 2007, p. 23).

³⁴ Também um conceito de Guattari, que corresponde à cultura de massa, sem envolver julgamento de valor e sem territórios coletivos. Neste caso, a cultura são todos os bens: todos os equipamentos (como as casas de cultura), todas as pessoas (especialistas que trabalham nesse tipo de equipamento), todas as referências teóricas e ideológicas relativas a esse funcionamento e tudo que contribui para a produção de objetos semióticos (tais como livros ou filmes). Tomada nesse sentido, diz Guattari, “difunde-se cultura como Coca-Cola, cigarros, carros ou qualquer outra coisa” (Guattari, 2007, p. 23).

sendo treinado para negociar nesses termos com o empresário patrocinador de seu projeto, pois uma das condições para obtenção de patrocínio é que o público-alvo do projeto deve ser o mesmo público de interesse da empresa patrocinadora em potencial. Exemplos: a Coca-Cola patrocinou durante alguns anos o teatro infantil porque o público consumidor formado pelas crianças é essencial no mercado de refrigerantes; bancos patrocinaram exposições de artes plásticas ou concertos de música erudita porque tais projetos se dirigem, fundamentalmente a um público da Classe A; empresas de informática patrocinaram projetos voltados para o público universitário porque desejam consolidar suas marcas na memória ativa dos jovens, para que dessem preferência a elas depois de formados; empresas operadoras de telefonia celular patrocinaram concertos musicais para jovens porque este é o seu público-alvo preferencial (o que mais consome os serviços, gerando altas faturas).

Não é exagero, pois, afirmar que o formulário é um componente de um dispositivo tão disciplinador quanto formador do comportamento *profissional*, subordinado ao *marketing* das empresas, ou seja: um fenômeno de *produção de subjetividade* que, no Brasil, se tornou inerente ao processo de conquista de patrocínios instaurado pela Lei Rouanet.

A quarta parte do formulário, o capítulo da Justificativa, envolve a demonstração de que o projeto candidato aos incentivos fiscais está alinhado com os objetivos das políticas públicas de cultura. Cabe ao proponente convencer aos burocratas que fazem a análise técnica dos projetos, dos méritos culturais da sua proposta, realçando sua dimensão de *cultura-valor* ou de *cultura-alma de um povo*.

4.JUSTIFICATIVA Informe porque propôs o projeto

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 6 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à Justificativa do projeto cultural

Esta operação de justificar a proposta oculta uma forte contradição de todo o processo, que raramente é trazida à luz de maneira significativa. Por exemplo: as manifestações da cultura afro-brasileira ou da cultura indígena são, em tese, apoiadas pelo poder público – mas não encontram muito respaldo nas empresas patrocinadoras. Assim, diversos projetos são aprovados na Lei Rouanet, mas fracassam em suas tentativas de obtenção de patrocínio, como

será comprovado nos depoimentos colhidos na pesquisa etnográfica que integra esta dissertação.

A quinta parte do formulário – Estratégias de Ação – seria mais bem denominada como Cronograma de Execução, pois é disso, efetivamente, que se trata:

5. ESTRATÉGIAS DE AÇÃO (MEMORIAL DESCRITIVO) Enumere e descreva as atividades necessárias para atingir o(s) objetivo(s) desejado(s) e explique como pretende desenvolvê-las .

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 7 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente às etapas de realização do projeto cultural

Seja através de um processo de ensaio e erro, seja através do apoio de um consultor especializado, os agentes culturais aprendem que a melhor maneira de preencher esta parte do formulário é enumerar as etapas, descrever as atividades que serão executadas em cada uma e indicar o número de dias que cada etapa consumirá. A última etapa, obrigatoriamente, deve ser a da prestação de contas do uso da verba de renúncia fiscal, obrigação de todos que usam a Lei Rouanet, tendo como prazo máximo trinta dias após a realização do projeto cultural.

A sexta parte do formulário é um resumo dos dados vinculados à realização do projeto:

6 . REALIZAÇÃO DO PROJETO		
Tiragem: do produto cultural como CD, revistas, jornais, vídeos, etc.		Plano de distribuição do produto cultural
Período de execução (n.º de dias necessários para realização)	Duração em minutos (quando for produção audiovisual)	Datas:
		Início / / Término / /
Estimativa de público-alvo: (camadas da população/ quantos / faixa etária)		N.º do ato de tombamento e data (quando o bem for tombado)

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 8 – Reprodução da parte do formulário da Lei Rouanet referente à realização do projeto cultural

Esta parte do formulário consolida definitivamente a transformação da criatividade artística em *produto de mercado*, ao exigir informações como tiragem, especificação do público-alvo e até um plano de distribuição do produto cultural (indicação da parcela que será vendida e daquela que será distribuída gratuitamente – ou apenas uma dessas duas modalidades de distribuição). Assim, artistas e produtores culturais são ao mesmo tempo treinados para pensar em termos de mercado cultural e previamente preparados para as negociações futuras com seus possíveis patrocinadores.

A sétima parte do formulário, tormento de muitos artistas pouco afeitos às vicissitudes do mercado cultural, é a Planilha Orçamentária, na qual todos os custos do projeto cultural devem ser detalhados:

7. Orçamento físico-financeiro - detalhe aqui os itens de despesa necessários à execução do projeto, dando as especificações técnicas necessárias									
1- etapas/ itens	2- Descrição das etapas/itens	3- Quantidade	4- Unidade	5- Quantidade de unidades	6- Valor Unitário	7- Total da linha	8- Total	Prazo de duração	
Indique as etapas/itens	Indique o item ou serviço que será contratado/utilizado	Indique a quantidade de cada item de coluna 2	Indique a unidade de medida de cada item de coluna 3	Indique a quantidade de unidades de cada item de medida descrita na coluna 4	Indique o preço de cada unidade de despesa	Indique a soma das linhas de coluna 7	Indique a soma das linhas de coluna 8	Indique o início e o término de cada etapa	Indique o início e o término de cada etapa
1	PRÉ-PRODUÇÃO/PREPARAÇÃO								
1.1									
1.2									
1.3									
1.4									
1.5									
	TOTAL DE PRÉ-PRODUÇÃO/PREPARAÇÃO								
2	PRODUÇÃO/EXECUÇÃO								
2.1									
2.2									
2.3									
2.4									
2.5									
	TOTAL DE PRODUÇÃO/EXECUÇÃO								
3	DIVULGAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO								
3.1									
3.2									
3.3									
3.4									
3.5									
	TOTAL DE DIVULGAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO								
4	CUSTOS ADMINISTRATIVOS								
4.1									
4.2									
4.3									
4.4									
4.5									
	TOTAL DE CUSTOS ADMINISTRATIVOS								
5	IMPOSTOS/RECOLHIMENTOS								
5.1									
5.2									
5.3									
	TOTAL DE IMPOSTOS/RECOLHIMENTOS								
6	ELABORAÇÃO/AGENCIAMENTO								
6.1									
	TOTAL DE ELABORAÇÃO E AGENCIAMENTO								
	TOTAL DO PROJETO (somatório de 1 a 6)								

Fonte: Ministério da Cultura


Figura 9 – Reprodução da Planilha Orçamentária do Formulário da Lei Rouanet

A esta altura, o agente cultural é levado a fazer a associação entre as etapas de realização de seu projeto (o cronograma de produção) aos custos de cada item (materiais, locações, cachês, diárias, divulgação), sem esquecer os custos administrativos e os impostos. A estrutura da planilha é sempre dividida nos seguintes itens: pré-produção/preparação, produção/execução, divulgação/comercialização, custos administrativos, impostos e

recolhimentos e elaboração e agenciamento³⁵, perfazendo assim um verdadeiro cronograma físico-financeiro do projeto.

Nos primeiros anos de funcionamento da Lei Rouanet, os funcionários responsáveis pela avaliação dos projetos no Ministério da Cultura se deram conta de que muitos artistas faziam orçamentos incompletos, inadequados ou incorretos (subfaturados ou superfaturados). Para auxiliar os agentes culturais, que desde a criação da lei encontraram dificuldades para montar os orçamentos, o ministério da Cultura criou um programa informatizado onde cada planilha de cada segmento cultural apresentava todos os itens básicos de custo, possibilitando não usar alguns e também incluir itens novos, a partir de um simples clique do *mouse*.

Outra importante parte do formulário é o Plano Básico de Divulgação do Produto Cultural, onde o proponente deve listar todos os elementos de comunicação que seu projeto utilizará junto ao público. Trata-se de uma tabela, que deve mencionar como a logomarca do ministério da Cultura será reproduzida em cada elemento de comunicação (sempre obedecendo às normas de aplicação da logomarca constantes no Manual de Identidade Visual previamente elaborado pelo ministério da Cultura). Como o governo não oferece diretamente os recursos e participa apenas da etapa de aprovação ou não aprovação dos projetos candidatos ao incentivo fiscal, o ministério da Cultura tem na divulgação dessa logomarca o seu retorno de imagem, a propaganda político-institucional do uso da Lei Rouanet.



MINISTÉRIO DA CULTURA

PLANO BÁSICO DE DIVULGAÇÃO

Comprometo-me a fazer constar a logomarca do Ministério da Cultura em todos os produtos, peças gráficas e de propaganda referentes à mídia e divulgação do projeto supracitado, de acordo com o que determina a Port/MinC/219/97 e conforme abaixo especificado

NOME DO PROJETO: _____

Peça de Divulgação/Veículo (Indique a peça gráfica ou veículo de comunicação utilizada para divulgação)	Tamanho/Duração (Indique as dimensões da peça gráfica ou a duração no caso de peças audiovisuais)	Formato da Logomarca (Indique o formato da logomarca que será utilizada de acordo com o Manual De Identidade Visual do Ministério da Cultura)	Posição da Logomarca (Indique o local onde será inserida a Logomarca do Ministério da Cultura, de acordo com o disposto na Portaria/MinC/219/97)

DATA:

____/____/____

ASSINATURA:

Fonte: Ministério da Cultura

Figura 10 – Reprodução do Plano Básico de Divulgação (parte do formulário da Lei Rouanet)

³⁵ Agenciamento, na linguagem técnica criada pelos autores da Lei Rouanet, refere-se ao ato da captação de recursos junto à empresa patrocinadora. Não tem nada a ver, portanto, com o conceito de agenciamento proposto por Gilles Deleuze, que também é abordado neste trabalho.

De qualquer forma, ao preparar o Plano Básico de Divulgação, o agente cultural aprende a fazer o seu plano de mídia, não só para divulgar seu projeto, mas para difundir também a logomarca da empresa patrocinadora. Com o tempo, todos aprendem a importância de se contratar uma assessoria de imprensa profissionalizada, para encetar a geração de mídia espontânea nos órgãos de imprensa – o que, como o demonstram as pesquisas feitas no campo do *marketing* cultural, constituem uma das principais *formas de retorno* desejadas pelas empresas patrocinadoras.

Comentaremos aqui apenas mais uma parte do formulário: o Plano de Distribuição do Produto Cultural, que, na prática, nada mais é do que o plano de comercialização do produto cultural a que o projeto dará origem. Obedecendo às normas da lei, sempre uma parte da tiragem do produto (ou do número de ingressos, se for o caso) deverá ser distribuída gratuitamente, podendo a parcela restante ser comercializada.

PLANO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS CULTURAIS									
Nome do Evento/Produto	Nº de Exemplos/ Ingressos	Quantidade Total Disponível				Valor Unitário (R\$)		Receita Prevista (R\$)	
		Distribuição Gratuita		Total para a Venda		Preço Normal	Preço Promocional	Venda Normal	Venda Promocional
		Patrocinador	Outros (*)	Venda Normal	Venda Promocional				
(*) Especifique aqui o público-alvo a ser beneficiado com a distribuição gratuita:						Receita total Prevista (R\$)			
Local/Data :						Assinatura do Proponente			

Fonte: Ministério da Cultura
Figura 11 – Reprodução do Plano de Distribuição do Produto Cultural (parte do Formulário da Lei Rouanet)

O treinamento para atuar no mercado cultural está, pois, completo, do ponto de vista de cada indivíduo que participa do processo de preenchimento do formulário. A partir de um elemento de comunicação, um formulário padronizado, chegou-se a uma dimensão coletiva em que o número de agentes culturais capacitados é tal que já se configura como um processo eficaz de *condução da conduta*, que visa a inserir a criatividade artística na lógica do capitalismo contemporâneo.

Enquanto *instrumento de comunicação*, o formulário da Lei Rouanet é uma forma de *objetivação* de uma proposta de ação artística/cultural, codificada em palavras, números, tabelas, cronogramas, mapas e por vezes plantas arquitetônicas. Como bem observou o britânico Nikolas Rose, em seu valioso livro *Powers of freedom – reframing political thought*, essas formas de comunicação têm funções ligadas à produção de *objetividade* e de *subjetividade*, além de serem instrumentos do que Foucault denominou *governamentalidade*. Nas palavras de Nikolas Rose:

Bruno Latour usa o exemplo da elaboração de mapas na sua discussão sobre dispositivos de inscrição: as maneiras de objetivar, caracterizar, inscrever e preservar de outra forma visões efêmeras e subjetivas. São essas inscrições que tornam as coisas estáveis, móveis, duráveis, comparáveis: mapas, cartas, diagramas, gráficos e assim por diante. Isto exemplifica o que Latour denomina pensar com os olhos e as mãos: elas [as inscrições] mostram as maneiras pelas quais muitos dos poderes que nós tendemos a atribuir à cognição e à razão, na verdade residem em pequenas técnicas materiais como desenhar um mapa, escrever uma descrição, fazer uma lista ou elaborar uma tabela numérica. Inscrições também são retóricas. O que significa dizer que um mapa, uma carta, uma tabela, um diagrama é uma pequena máquina destinada a produzir convicção nos outros. Inscrições como essas produzem objetividade de uma maneira que é diferente na sua natureza e nos seus usos, em relação ao discurso e à prestação de um testemunho. Dispositivos de inscrição são técnicas materiais do pensamento que tornam possível a extensão da autoridade sobre aquilo que elas parecem representar (ROSE, 1999, os. 36-37).

A planilha orçamentária do formulário da Lei Rouanet obriga artistas e produtores culturais a transformar as diferentes etapas de seu projeto em valores de mercado (que são fiscalizados pelos técnicos do ministério da Cultura, com vistas a prevenir os superfaturamentos). E novamente é Nikolas Rose, no mesmo livro *Power of freedom*, que nos mostra o quanto o raciocínio matemático ajuda a produzir cidadãos para atuar no comércio e no mercado em geral:

A criança normal precisa ser produzida através de um regime de supervisão e julgamento em relação às normas do comportamento moral e estudantil. Indivíduos normais são aqueles que são julgados e julgam a si próprios em relação a uma norma social.

Mas a escolarização também visava a produzir uma relação diferente entre a pessoa livre e sua existência (dele ou dela): era uma tecnologia de

racionalidade³⁶. Por exemplo, nos Estados Unidos, um elo explícito foi estabelecido entre democracia e a capacidade de lidar com os números (*numeracy*), especialmente a decimalização.

A decimalização, pensava Thomas Jefferson em 1790, introduziria uma nova e fácil maneira de cálculo para “a massa total do povo, que através dela estaria capacitada para a computar por si mesma qualquer coisa que tivesse ocasião de comprar, vender, ou medir, operações estas que as complicadas e difíceis proporções do presente colocam para além dos cálculos da maioria dessa mesma massa”. Argumentou-se que a decimalização teria, assim, democratizado o comércio. E George Washington, em carta para Nikolas Pike, autor de um dos pioneiros textos sobre aritmética elementar que seria publicado nos Estados Unidos republicanos, elogiou a educação em matemática porque ela “acostumava a mente ao método e à correção de raciocínio” e é “particularmente digna de seres racionais”. A matemática disciplinava a mente; ela poderia fazer a sua parte na formação do cidadão racional dotado de previsão e uma relação calculada com a vida. A capacidade de lidar com os números (*numeracy*), por assim dizer, era um elemento de uma tecnologia ética cujo objetivo era a produção de certa forma de subjetividade civilizada (Idem, 1999, p. 77).

É interessante reforçar aqui a ideia de que a *matematização* de um projeto cultural é uma forma de *produção de objetividade*, fenômeno que pode ser visto como complementar aos processos de *produção de subjetividade* descritos por Guattari e que, portanto, também contribui para o controle da conduta dos indivíduos. Esperamos ter, assim, demonstrado que, começando pelo preenchimento do formulário padronizado da Lei Rouanet, numa efetiva dinâmica de *treinamento* (da mente e da cidadania dos artistas) o poder público federal deu início a um verdadeiro processo de formação de artistas para o mercado, submissos aos interesses de marketing ou institucionais das empresas patrocinadoras.

Desta forma, foi instaurado um verdadeiro *controle biopolítico* das empresas sobre os agentes culturais, que foram obrigados a se profissionalizar, saindo da informalidade, ou a fazer parcerias com empresários culturais com experiência no mercado do *marketing* cultural. Falamos de *controle biopolítico* porque não se trata mais de um simples treinamento. Toni Negri e Michael Hardt, comentando as investigações de Foucault no livro que escreveram a quatro mãos, *O Império*, realçam que o pensador francês se referia “ao *ancien régime* e à idade clássica da civilização francesa para ilustrar o surgimento da disciplinaridade” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 42). Acrescentam os dois autores: “de forma ainda mais geral, podemos dizer que toda a primeira fase de acumulação capitalista (na Europa e em outras partes) foi conduzida sob esse paradigma de poder” (Idem, 2001, p. 42). Já a *sociedade de controle* dos

³⁶ O autor refere-se aos primórdios da escolarização para as crianças das classes trabalhadoras, nos Estados Unidos, no século XVIII.

dias atuais, para Negri e Hardt, deve ser entendida “como aquela (que se desenvolve nos limites da modernidade e se abre para a pós-modernidade), na qual mecanismos de comando se tornam cada vez mais ‘democráticos’, cada vez mais imanentes ao campo social, distribuídos por corpos e cérebros dos cidadãos” (Ibidem, 2001, p. 42). Nela, “os comportamentos de integração social e de exclusão próprios do mando são, assim, cada vez mais interiorizados nos próprios súditos”. É a essa interiorização que nos referimos quando falamos de controle biopolítico: desde que a Lei Rouanet foi criada, artistas e produtores culturais passaram a ter que aprender a se comportar como empresários e profissionais do *marketing*, nos seus desdobramentos de *marketing* institucional, *marketing* de produtos e serviços e *marketing* cultural.

Transcrevemos aqui a visão de Negri e Hardt sobre a passagem da *sociedade disciplinar* para a *sociedade de controle*:

O poder agora é exercido mediante máquinas que organizam diretamente o cérebro (em sistemas de comunicação, redes de informação etc.) no objetivo de um estado de alienação independente do sentido da vida e do desejo de criatividade. A sociedade de controle pode, dessa forma, ser caracterizada por uma intensificação e uma síntese dos aparelhos de normalização de disciplinaridade que animam internamente nossas práticas diárias e comuns, mas, em contraste com a disciplina, esse controle estende bem para fora os locais estruturados de instituições sociais mediante redes flexíveis e flutuantes” (Ibidem, 2001, ps. 42 e 43).

Se aplicarmos essa visão Negriana e Hardtiana ao processo da Lei Rouanet, veremos que, disfarçado de instrumento democrático, supostamente aberto ao uso de todos os artistas e produtores culturais, na prática ele funciona como um desses “aparelhos de normalização e disciplinaridade” (Ibidem, 2001, ps. 42 e 43), pois se consolidou durante toda uma década como o único caminho de obtenção de recursos financeiros para a produção artística nacional. Nesse cenário, a “prática diária e comum” da grande maioria dos agentes culturais é animada pela necessidade de aprender intensivamente como se comportar no mercado cultural, dentro de uma rede flexível de relacionamentos, que envolve advogados ou redatores especializados, consultores de *marketing* cultural, orçamentistas, *designers* da parte visual dos projetos, captadores de recursos, profissionais de mídia, gestores de finanças e de processos de prestação de contas.

Voltamos a Negri e Hardt, que fazem a seguinte análise do pensamento de Foucault:

A seguir, a obra de Foucault nos permite reconhecer a natureza *biopolítica* do novo paradigma de poder. Biopoder é a forma de poder que regula a vida social por dentro, acompanhando-a, interpretando-a, absorvendo-a e a rearticulando. O poder só pode adquirir comando efetivo sobre a vida total da população quando se torna função integral, vital, que todos os indivíduos abraçam e reativam por sua própria vontade. Como disse Foucault, “a vida agora se tornou objeto de poder”. A função mais elevada desse poder é envolver a vida totalmente, e sua tarefa primordial é administrá-la. O biopoder, portanto, se refere a uma situação na qual o que está diretamente em jogo no poder é a produção e a reprodução da própria vida (HARDT e NEGRI, 2001, p. 43).

A Lei Rouanet é, nesse cenário, uma forma de domesticar uma parte da vida, a criação de arte e cultura, dirigindo sua produção e sua reprodução conforme os interesses do capital, na lógica neoliberal do “Estado mínimo”, que requalifica a arte como produto de mercado, subordinado ao *marketing* das empresas patrocinadoras.

Na análise de Negri e Hardt, Foucault mostrou que as técnicas de poder passaram a ser exercidas sobre o cerne da própria vida, daí o termo *biopolítica*:

Essas duas linhas da obra de Foucault se combinam entre si no sentido de que só a sociedade de controle está apta a adotar o contexto biopolítico como terreno *exclusivo* de referência. Na passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, um novo paradigma de poder é realizado, o qual é definido pelas tecnologias que reconhecem a sociedade como o reino do biopoder. Na sociedade disciplinar os efeitos das tecnologias biopolíticas ainda eram parciais, no sentido de que o ato de disciplinar se desenvolvia de acordo com lógicas relativamente fechadas, geométricas e quantitativas. A disciplinaridade fixou indivíduos dentro de instituições, mas não teve êxito em consumi-los completamente no ritmo das práticas produtivas e da socialização produtiva; não chegou a permear inteiramente a consciência e o corpo dos indivíduos, ao ponto de tratá-los e organizá-los na totalidade de suas atividades. Na sociedade disciplinar, portanto, a relação entre o poder e o indivíduo permaneceu estável: a invasão disciplinar do poder correspondeu à resistência do indivíduo. E contraste com isso, quando o poder se torna inteiramente biopolítico, todo o corpo social é abarcado pela máquina do poder e desenvolvido em suas virtualidades. Essa relação é aberta, qualitativa e expressiva (HARDT e NEGRI, 2001, p.43).

Nesta perspectiva, não é nenhum exagero afirmar que o processo instaurado pela Lei Rouanet é, ao mesmo tempo:

a) Um *processo de disciplinamento* dos artistas na aprendizagem de como suas criações devem ser classificadas, planejadas, apresentadas, descritas, orçadas, e alinhadas com a burocracia governamental;

b) Um *instrumento de controle* criado para *conduzir a conduta* de um segmento da população, os artistas e produtores culturais, de modo a treiná-los para viabilizar suas criações no mercado de patrocínios (e não mais através da concessão de verbas do poder público). Assim eles se tornam, como apontou Foucault, inseridos na dinâmica do neoliberalismo, tornando-se “empresas para si mesmos”. Desta forma o pensamento neoliberal considera que se gera, progressivamente, uma melhoria do “capital humano” na área da cultura. Eles interiorizam as lógicas do *marketing* e da arte como produto de consumo;

Como o poder público abdicou de seu papel de fornecedor de recursos financeiros para a produção cultural, o setor passou a ser controlado quase que exclusivamente pelas empresas, que passaram a decidir, nas últimas décadas, quais os projetos culturais que seriam efetivamente realizados. Desta forma, o capital se apropriou da criatividade artística nacional e os artistas foram colocados numa espécie de linha de montagem, que subordinou seus projetos aos objetivos institucionais, às políticas de comunicação corporativa e aos critérios de *marketing* de produtos ou serviços das empresas patrocinadoras.

Como o poder público federal não agiu no sentido de livrar os artistas dessa submissão, também podemos falar de *produção de subjetividade*, nos termos enunciados por Felix Guattari.

Esse pensador, na obra *Micropolítica – cartografias do desejo*, elaborada em co-autoria com Suely Rolnik, nos oferece uma visão baseada em Foucault, que atualiza o pensamento deste último e considera os processos políticos que ocorrem no interior da sociedade contemporânea de uma forma que se diferencia do pensamento de Gramsci ou de Marx:

Ao invés de *ideologia*, prefiro falar sempre em *subjetivação*, em *produção de subjetividade*. O sujeito, segundo toda uma tradição da filosofia e das ciências humanas, é algo que encontramos como um *être-là*, algo do domínio de uma suposta natureza humana. Proponho, ao contrário, a idéia de uma subjetividade de natureza industrial, maquinica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida. As máquinas de produção da subjetividade variam. Em sistemas tradicionais, por exemplo, a subjetividade é fabricada por máquinas mais territorializadas, na escala de uma etnia, de uma corporação profissional, de uma casta. Já no sistema capitalístico³⁷, a

³⁷ Guattari acrescenta o sufixo “ístico” a “capitalista” por lhe parecer necessário criar um termo que possa designar também setores do “Terceiro Mundo”, do capitalismo “periférico” e as economias ditas socialistas dos países do Leste. Tais sociedades, segundo Guattari, funcionariam com uma mesma política do desejo no campo social, em outras palavras, com um mesmo modo de produção da subjetividade e da relação com o outro (GUATTARI e ROLNIK, 2007, p. 413).

produção é industrial e se dá em escala internacional (GUATTARI e ROLNIK, 2007, p.33).

Nesta visão, que desnuda a extrema violência do capitalismo sobre as pessoas, Guattari cunha em seguida uma dura metáfora: da mesma forma que é possível fabricar “leite em forma de leite condensado, com todas as moléculas que lhe são próprias, injeta-se representações nas mães, nas crianças, como parte do processo de produção subjetiva” (Idem, 2007, p. 33). O pensador francês nos propõe que consideremos “a produção de subjetividade como sendo a matéria-prima da evolução das forças produtivas em suas formas mais ‘desenvolvidas’ (os setores de ponta da indústria)” (Ibidem, 2007, p. 34). Para ele, as forças sociais que administram o capitalismo nos dias atuais entenderam “que a produção de subjetividade talvez seja mais importante do que qualquer outro tipo de produção, mais essencial até que o petróleo e as energias” (Ibidem, 2007, p. 34). Guattari ilustra sua teoria com um caso exemplar:

É o caso do Japão, onde não se tem petróleo, mas se tem – e como! – uma produção de subjetividade. É essa produção que permite à economia japonesa se afirmar no mercado mundial, a ponto de receber a visita de centenas de delegações patronais que pretendem “japonizar” as classes operárias de seus países de origem (Ibidem, 2007, p. 34).

Guattari fala de um processo que atinge fundo os seres humanos:

Tudo o que é produzido pela subjetivação capitalística – tudo o que nos chega pela linguagem, pela família e pelos equipamentos que nos rodeiam – não é apenas uma questão de idéia ou de significações por meio de enunciados significantes. Tampouco se reduz a modelos de identidade ou a identificações com polos maternos e paternos. Trata-se de sistemas de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas, as grandes máquinas de controle social e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo (Ibidem, 2007, p. 35).

Neste cenário, como previu Foucault, o sujeito não possui uma consciência de tipo cartesiano, mas é um modo de subjetivação fabricado por técnicas de poder – e que, segundo Guattari, é um processo, uma virtualidade produzida intensivamente por um ambiente *maquínico*³⁸, já que, para ele, não existe oposição entre as relações de produção econômica e

³⁸ Este é um conceito de Guattari, que distingue a “máquina da mecânica”. Nas palavras desse autor: “A mecânica é relativamente fechada sobre si mesma: ela só mantém com o exterior relações perfeitamente

as relações de produção subjetiva³⁹. Complementa Guattari: “A meu ver, ao menos nos ramos mais modernos, mais avançados da indústria, desenvolve-se na produção um tipo de trabalho ao mesmo tempo material e semiótico”.

Segundo Guattari, a indústria produz competência no domínio semiótico, mas isso é algo que depende de ser confeccionado pelo campo social como um todo. Assim, para fabricar um operário especializado, não basta a intervenção das escolas técnicas profissionalizantes: “Há tudo que se passou antes, na escola primária, na vida doméstica, toda uma espécie de aprendizado que consiste em ele deslocar-se na cidade desde a infância, ver televisão, em suma, estar em todo um ambiente maquínico” (Ibidem, 2007, p. 35).

Em outras palavras, as indústrias contemporâneas elaboram, paralelamente a seus produtos materiais, toda uma micropolítica, através da qual são gerados os códigos de comunicação capazes de produzir os operários que elas necessitam, autoridades anuentes (e muitas vezes lenientes), bem como os dóceis consumidores de suas marcas, seres alienados de suas singularidades e suas potencialidades humanas, mecanicamente felizes com sua existência em uma suposta sociedade da abundância.

Para Guattari, “a produção de subjetividade encontra-se, e com um peso cada vez maior, no seio daquilo que Marx chamava de infraestrutura produtiva” (Ibidem, 2007, p. 36). Isso é fácil de ser verificado, segundo o autor francês:

Quando uma potência como os Estados Unidos quer implantar suas possibilidades de expansão econômica num país do assim chamado Terceiro Mundo, ela começa, antes de mais nada, a trabalhar os processos de subjetivação. Sem um trabalho de formação prévia das forças produtivas e das forças de consumo, sem um trabalho de todos os meios de semiotização econômica, comercial, industrial, as realidades sociais locais não poderão ser controladas (Ibidem, 2007, p. 36).

Assim, podemos considerar o processo de preenchimento do formulário da Lei Rouanet e o atendimento paralelo às exigências burocráticas do Ministério da Cultura

codificadas. As máquinas, consideradas em sua evolução histórica, constituem, ao contrário, um *phylum* comparável ao das espécies vivas. Elas engendram umas às outras, selecionam-se, eliminam-se, fazendo aparecer novas linhas de potencialidades. As máquinas, no sentido lato (isto é, não só as máquinas técnicas, mas também as máquinas teóricas, sociais, estéticas etc.), nunca funcionam isoladamente, mas por agregação ou por agenciamento. Uma máquina técnica, por exemplo, numa fábrica, está em interação com uma máquina social, uma máquina de formação, uma máquina de pesquisa, uma máquina comercial etc.” (GUATTARI, 2007, p. 385).

³⁹ Guattari acrescenta: “De fato, toda subjetivação é modelização: o modelo capitalístico é um modelo de modelo, uma redução modelizadora” (GUATTARI, 2007, p. 385).

(certidões negativas, currículos, termos de anuência, cronogramas, autorizações específicas, detalhamento de despesas etc.), como o início de um *processo de produção de subjetividade*, que visa à criação de artistas e produtores culturais capaz de agir como empreendedores capitalísticos, em sintonia com o *marketing* das empresas. Processo que será intensificado na segunda etapa do processo, que é a disputa concorrencial pela obtenção de patrocínio nas empresas privadas ou estatais. Uma etapa que exige a completa subordinação aos critérios de *marketing* dessas empresas e que opera, para utilizar os conceitos de Guattari, a transformação definitiva da *cultura-valor* ou da *cultura-alma do povo* em *cultura-mercadoria*.

O formulário da Lei Rouanet, na sua aparente neutralidade tecnoburocrática, com o tempo se tornou parte de um processo que podemos chamar de *maquínico*, já que se tornou uma espécie de *máquina social* de formação dos artistas e produtores culturais atuantes a serviço do *marketing* das empresas, resultando assim, também num tipo de *máquina estética*, produtora de *arte-mercadoria*.

2.5 – Os efeitos do projeto de *marketing* cultural

No difícil processo de conquista de patrocínio empresarial para seus projetos, artistas e produtores culturais precisam também produzir um segundo elemento de comunicação para obter os recursos financeiros que permitem viabilizar suas propostas: o chamado projeto de *marketing cultural*.

Nos primórdios da utilização da Lei Rouanet, os artistas e produtores culturais foram deixados à deriva: não receberam orientação sobre como negociar com os empresários patrocinadores. Com o tempo, as empresas começaram a sinalizar o que esperavam de um projeto cultural e logo se multiplicaram pelo país, começando pelo Rio de Janeiro e São Paulo, dos manuais e guias de elaboração de projetos, assim como os cursos de extensão voltados para ensinar aos artistas as regras do jogo de obtenção de patrocínio.

Nesse horizonte, os artistas tiveram que aprender novas técnicas ou estratégias, como a elaboração do chamado projeto de *marketing* cultural, o embelezamento dos projetos através do design, além das formas de negociação com empresários patrocinadores em potencial. Assim a *máquina social* de produção de subjetividades, de formação de artistas-empresários e de produtores culturais submissos aos critérios de marketing empresarial se aperfeiçoou.

A herança recebida pelo governo Fernando Henrique Cardoso da malfadada era Collor já se encontrava em plena recuperação, desde o retorno da Secretaria da Cultura – condição a que a pasta foi relegada por Collor – à posição de ministério, em 1992, por Itamar Franco. Além disso, as leis de incentivos fiscais para a cultura tornaram-se os instrumentos privilegiados da gestão Weffort. A Lei Sarney, de 1986, foi reformada em 1991 e passou a ser denominada Lei Rouanet. Por outro lado, a Lei do Audiovisual, de 1993, passou a determinar os destinos da produção cinematográfica brasileira.

Em artigo intitulado *A política cultural: regulação estatal e mecenato privado*, publicado na revista *Tempo Social*, Maria Arminda do Nascimento Arruda, professora livre-docente do Departamento de Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP e secretária-executiva da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs), assim resumiu as primeiras iniciativas do ministro Weffort:

Entre as primeiras medidas implantadas pela nova gestão, estava a modificação da Lei Rouanet, já em maio de 1995, apresentando as seguintes alterações: aumento de 2% para 5% do percentual de abatimento do imposto de renda de pessoas jurídicas para o patrocínio de projetos culturais; reconhecimento da figura do agente cultural na negociação dos projetos, cujos custos poderiam ser incluídos ao orçamento; anulação do calendário para encaminhamento dos projetos, cuja aceitação passou a ocorrer ao longo de todo o ano; redução do prazo oficial de noventa para sessenta dias, dedicado à apreciação dos projetos (cf. Brasil, Ministério da Cultura, 1995) – (APUD ARRUDA⁴⁰, 2003).

A figura que a professora denomina “agente cultural”, na prática é o captador de recursos. Assim, na era FHC e na gestão Weffort, passou a ser permitida a intermediação, entre o agente cultural e o executivo patrocinador, de um captador de recursos, num reconhecimento tácito de que artistas e empresários não falavam a mesma língua e precisavam de um mediador-tradutor. Num primeiro momento, o captador podia receber até 20% do valor total do projeto cultural (um ótimo negócio), percentual que depois foi reduzido para 10%, quando se verificou que a cultura estava ficando em segundo plano diante dos bons negócios realizados pelos intermediários captadores.

⁴⁰ Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702003000200007&script=sci_arttext#end06. Acessado em 02 de outubro de 2010.

Nessa época, além de recorrer aos captadores, os artistas também tiveram que aprender a formatar seus projetos de maneira “profissional”, na linguagem objetiva que os empresários demonstraram preferir. Tiveram que aprender, principalmente, a estruturar, dentro de seus projetos, um capítulo intitulado “Retornos para o Patrocinador” ou “Contrapartidas para o Patrocinador”. Os guias e manuais preparados pelos novos profissionais do mercado – os marqueteiros culturais – passaram a ensinar (e, portanto, a produzir subjetividades orientadas para o mercado) que é preciso oferecer, aos empresários patrocinadores em potencial, diversos tipos de retornos, tais como os retornos institucionais (através da agregação dos valores positivos do projeto cultural à imagem institucional da empresa), retornos de mídia (mídia paga e também espontânea), retornos de marketing (publicidade dos produtos e serviços da empresa patrocinadora no “ambiente” do projeto), retornos financeiros (os incentivos fiscais de um projeto enquadrado e também os “brindes”, os ingressos para os clientes VIPs, e até participação na receita, no caso do patrocínio de filmes).

Regina Célia Barbosa, da ONG Ponto de Cultura Ideário, é autora do manual *Como elaborar projetos culturais* e resume nessa publicação as dicas de montagem do capítulo de retornos para a empresa patrocinadora:

Cada dia mais os projetos se tornam fruto de uma rede de parcerias, ou seja, um conjunto de grupos, instituições e empresas, unidos por objetivos comuns, financiando e realizando uma determinada ação. Mas, para apostar em algum projeto, qualquer instituição do setor público ou da sociedade civil, bem como empresas do setor privado, precisa saber o que vai ganhar. Sendo assim, neste item você sinaliza as vantagens que o financiador vai obter, quanto e de que forma vai ganhar se patrocinar ou apoiar o projeto (BARBOSA, 2004).

Atingiu-se, portanto, o patamar de uma total subsunção da arte e da cultura ao marketing empresarial. José Castello, também citado por Maria Arminda do Nascimento Arruda, sintetizou bem o quadro geral, em seu texto *A era FHC: um balanço*, publicado no livro *Cultura*, organizado por Bolívar Lamounier e Rubens Figueiredo:

Estava implantado, assim, um "mercado de patrocínios", intermediado pelos "agentes culturais". Profissionais capacitados para lidar com operações financeiras e dotados de conhecimentos sobre a área tributária, as finanças e o *marketing*... Ficava criado, assim, não só um mercado de bens culturais, mas um mercado de imagens institucionais (CASTELLO, 2002, p. 636).

Neste horizonte, o processo de produção de subjetividade dos artistas e produtores culturais no sentido do mercado foi efetivamente sedimentado. O crescimento da “produção cultural” foi efusivamente saudada (por causa da assim chamada “retomada do cinema nacional”, e em face das centenas de projetos patrocinados nas áreas de música, teatro, artes plásticas, edição de livros etc.).

Arruda resume as conseqüências:

Se os produtores culturais são beneficiários inequívocos da política implementada, igualmente o são os organismos privados quando podem se utilizar do *marketing* cultural, com os efeitos previsíveis de valorização da imagem das empresas envolvidas. Instalou-se uma certa pedagogia no âmbito da cultura, que produziu o disciplinamento dos agentes, criou funções, e vem despertando uma ética muito peculiar na esfera do financiamento privado, uma vez que é o Estado o normatizador, mas sobretudo a instância a repassar os recursos, embora de forma indireta. Não se está, no entanto, diante de repetição de modelos embasados no típico mecenato privado, sequer é possível aproximá-lo de iniciativas pioneiras como as que se desenrolaram na cidade de São Paulo no meio do século XX (cf. Arruda, 2001) – (ARRUDA, 2003).

Complementa a socióloga:

Durante o governo Fernando Henrique Cardoso, o panorama da cultura transformou-se, certamente, sob o comando sistemático dos mecanismos de financiamento antes inusuais no Brasil. Herdeiro indireto de uma "terra arrasada", mas que recomeçava a se reorganizar, a política do período FHC só poderia ser saudada com efusividade, desconcertando mesmo os críticos mais renitentes. Não se chegou a avaliar de modo mais profundo os efeitos possíveis dessa política, até porque o processo está em curso (ARRUDA, 2003).

O governo de Fernando Henrique Cardoso, no campo da política cultural, completou o projeto iniciado por Fernando Collor de Melo, sedimentando o pensamento neoliberal no setor e contribuindo para a formação, entre os artistas e produtores culturais, de subjetividades submissas ao mercado de patrocínios.

Obedecendo ao conceito neoliberal do “Estado mínimo”, o então ministro Francisco Weffort abdicou do aporte de recursos públicos para a produção cultural e fez do patrocínio empresarial, via Lei Rouanet, a única possibilidade de obtenção de recursos para a realização de projetos. Em sua gestão, também foi permitido que as grandes empresas criassem seus próprios institutos ou fundações culturais, de modo que assim elas puderam aplicar os

incentivos fiscais nos projetos que essas mesmas entidades idealizavam. Nesse horizonte, o Banco Itaú, por exemplo, concentrou seus patrocínios nos projetos concebidos pelo Instituto Cultural Itaú, devidamente enquadrados na Lei Rouanet para possibilitar o desfrute dos incentivos fiscais. Sem julgar aqui o mérito e a qualidade dos projetos que foram privilegiados por tais facilidades, podemos mencionar as atividades de entidades como a Fundação Nestlé de Cultura, o Instituto Moreira Salles (do Unibanco), o Instituto Votorantim e a Fundação Odebrecht, todas apresentadas com a possibilidade de privatizar *dinheiro público* através de patrocínios culturais.

O processo de consolidação de uma política econômica neoliberal no campo da cultura pode ser compreendido por meio de conceitos cunhados por Nikolas Rose, em seu já mencionado livro *Power of freedom*. Esses conceitos são, respectivamente, os de *translação* e de *governo à distância*.

Para começar, Rose cita uma introdução de um estudo sobre controle de bebidas alcoólicas nos EUA, escrita por Luther Gullick, diretor do Instituto de Administração Pública, no ano de 1936:

Com poucas exceções, todo trabalho governamental envolve a realização de um serviço, o exercício de um controle, ou a execução de uma tarefa, não no centro do governo, mas em milhares de pontos espalhados com maior ou menor precisão por todo o país, ou onde o cidadão e seus interesses possam estar. O trabalho real de governo não pode ser encontrado atrás das colunas gregas dos edifícios públicos. Ele está, ao contrário, na terra, entre o povo. Está no carteiro entregando a correspondência, no policial que faz a sua ronda, no professor que escuta Johnny ler, no gari que varre as ruas, nos fiscais – leiteria, comida, saúde, prédio residencial, fábrica – na fazenda, no laboratório, no matadouro, no cortiço, no moinho; está no playground cheio de crianças, na biblioteca com seus leitores, nos reservatórios de água pura fluindo para as cidades; nas luzes das ruas à noite; nos milhares de milhas de passeios e calçadas; está na enfermeira ao lado do leito vazio, no médico administrando soro, e na comida, na roupa e no abrigo dado àqueles que não possuem nada; está no padrão de peso, medida e valor de cada lugarejo. Tudo isso é governo, e não o que os homens chamam ‘governo’ em grandes edifícios e capitólios; e o seu símbolo não se encontra na grande bandeira que tremula no domo do capitólio, mas sim nas vinte e cinco milhões de bandeiras que estão nos lares das pessoas” (GULLICK, APUD ROSE, 1999, ps.47-48).

Complementa o próprio Nikolas Rose: “governo, como Gullick o compreende, é exercido numa miríade de microlugares, em que autoridades de todos os tipos exercem seus poderes sobre a conduta dos outros” (ROSE, 1999, p. 48). Porém não é algo simples:

“claramente um plano, uma política ou um programa não é meramente ‘realizado’ em cada um desses locais, nem é questão de uma ordem dada centralmente para ser executada localmente” (Idem, 1999, p. 48). O que está em jogo, para Rose, é algo “mais complexo”, que ele denomina *translação*.

O processo é assim descrito por Rose:

Na dinâmica da translação, alinhamentos são forjados entre os objetivos das autoridades que desejam governar e os projetos específicos daquelas organizações, grupos e indivíduos que são os sujeitos do governo. É através de processos de translação de vários tipos que vínculos são estabelecidos entre agências políticas, órgãos públicos, autoridades econômicas, legais, médicas, sociais e técnicas, com as aspirações, julgamentos e ambições das entidades formalmente autônomas, sejam elas empresas, fábricas, grupos de pressão, famílias ou indivíduos (Ibidem, 1999, p. 48).

Rose observa que os mecanismos de translação possuem significado particular justamente no caso de “mentalidades liberais de governo” (Ibidem, 1999, p. 48). Segundo o autor britânico, isto acontece porque as racionalidades políticas de cunho liberal estão comprometidas com os projetos geminados de “respeitar a autonomia de certas zonas ‘privadas’ e de modelar suas condutas de forma a conduzi-las para concepções particulares de bem-estar individual e coletivo” (Ibidem, 1999, ps. 48-49). Não se trata de uma questão filosófica, mas de “uma certa maneira de codificar e delimitar o exercício do poder soberano pela identificação de um domínio da sociedade”, com seus “próprios processos econômicos e seus próprios princípios de coesão, que seja povoado por indivíduos que agem de acordo com certos princípios de interesse” (Ibidem, 1999, p.49).

Rose vê o liberalismo como um “diagrama de domínio” (*diagram of rule*), que procura “limitar o escopo da autoridade política, a exercer vigilância sobre ele, delimitando certas esferas ‘naturais’ – mercados, cidadãos, sociedade civil – que estão fora do escopo legítimo da interferência política” (Ibidem, 1999, p. 49). O bom governo dependeria das ações bem feitas nesses domínios, pelo que as autoridades políticas precisam também adquirir “a obrigação de encorajar as capacidades de auto-organização dessas esferas” (Ibidem, 1999, p. 49). O controle político, portanto, precisa “se preocupar com os procedimentos de modelagem e educação desses domínios para prover o seu próprio contrapeso e limite” (Ibidem, 1999, p. 49).

Prosseguindo em seu raciocínio, ele chega ao interessante conceito de *governo à distância*:

O controle liberal está inextricavelmente ligado às atividades e cálculos de uma proliferação de autoridades independentes – filantropos, médicos, higienistas, gerentes, planejadores, pais e trabalhadores sociais. É dependente da autorização política da autoridade conferida, sobretudo da construção de alinhamentos entre objetivos políticos e as estratégias dos *experts*, e também do estabelecimento de canais entre os cálculos das autoridades e as aspirações dos cidadãos livres. Eu descrevo este modo de operação como *governo à distância*. As forças políticas instrumentalizam formas de autoridade outras que não aquela do ‘Estado’, com a finalidade de ‘governar à distância’, tanto no sentido constitucional como no sentido espacial – constitucionalmente distanciado, naquilo em que [o governo] opera através das decisões e empenhos de modos não políticos de autoridade; distanciado espacialmente, naquelas tecnologias de governo que ligam uma multidão de *experts* de lugares longínquos aos cálculos daqueles que estão no centro – portanto, o governo opera através de linhas de força abertas, cruzando o território e abarcando espaço e tempo. E se o processo de translação opera sem ruptura – e ele raramente o faz – a autonomia dos sujeitos e alvos do governo não são uma ameaça: autonomia pode ser combinada e alinhada com objetivos como sucesso econômico, política nacional de população, concepções do que é desejável em educação, treinamento e coisas semelhantes (Ibidem, 1999, ps. 49-50).

Observamos os fenômenos apontados por Rose no período em que Francisco Weffort foi o ministro da Cultura: ele se encarregou pessoalmente de fazer os *alinhamentos*, os mecanismos de *translação* e de *governo à distância* semelhantes aos descritos pelo autor inglês: promoveu palestras para empresários patrocinadores, através de suas entidades de classe, introduziu mudanças na Lei Rouanet para ampliar o número de patrocínios, editou publicações que situavam a produção cultural no contexto do mercado, introduziu na Lei a figura do agenciador (captador de patrocínios), que podia ser remunerado para fazer o que os artistas mais tinham dificuldades de realizar: vender seus projetos para os empresários. Como resultado dessas translações, entidades como o SEBRAE e o SESC criaram programas de apoio a artistas e produtores culturais, oferecendo cursos, consultorias e assessorias voltadas para a formação de artistas empreendedores e a elevação do desempenho profissional dos produtores obrigados a enfrentar as regras do mercado de patrocínios, *sem* outras alternativas eficazes.

Um estudo do IPEA, já referido no Capítulo 1, intitulado *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento* e realizado sob a direção de Frederico A. Barbosa da Silva, abrangeu toda a gestão de Weffort (1995-2003) e revelou que o MinC operou mais com

recursos incentivados do que com verbas próprias, conforme mostra a Tabela abaixo reproduzida da página 174:

Tabela 2

Cultura – MinC e incentivos fiscais, 1995-2002

Ano	MinC (Adm. Direta e Indireta)	Var. 1995=100	Tx cresc. anual	Incentivos	Var. 1995=100	Tx cresc. anual	Total	Var. 1995=100	Tx cresc. anual	Participação recursos org. no total
1995	399.740	89	-	429.110	106	-	828.850	97	-	48,2
1996	449.259	100,0	1,1	404.844	100,0	0,9	854.103	100,0	1,0	52,6
1997	452.379	100,7	1,0	636.152	157,1	1,6	1.088.531	127,4	1,3	41,6
1998	412.370	91,8	0,9	579.637	143,2	0,9	992.007	116,1	0,9	41,6
1999	437.372	97,4	1,1	481.649	119,0	0,8	919.020	107,6	0,9	47,6
2000	456.153	101,5	1,0	536.329	132,5	1,1	992.481	116,2	1,1	46,0
2001	485.427	108,1	1,1	632.200	156,2	1,2	1.117.627	130,9	1,1	43,4
2002	372.446	82,9	0,8	421.716	104,2	0,7	794.162	93,0	0,7	46,9
Total	3.465.146	-	1,0	4.121.636	-	1,0	7.586.782	-	1,0	45,7

Fonte: SIAFI/Sidor/Ipea; Ministério da Cultura.
Obs.: Valores de dezembro de 2004.

O aumento dos recursos incentivados significa que o Ministério da Cultura, nesse período, não injetou verbas orçamentárias na produção cultural, ficando inteiramente à sombra das empresas patrocinadoras, seguindo assim o preceito do figurino neoliberal. Entretanto, como já vimos no Capítulo 1, na gestão Weffort o governo federal abriu a possibilidade de as empresas patrocinadoras abaterem cem por cento do valor dos patrocínios no caso de determinados segmentos culturais. Ora, as empresas aproveitaram-se dessa brecha e passaram a preferir esse tipo de projetos, deixando de injetar recursos próprios no mercado cultural. A Lei Rouanet tornou-se uma forma de utilização de dinheiro público, através da renúncia fiscal, para interesses privados (patrocínio de projetos alinhados com os critérios de marketing das empresas patrocinadoras). O estudo realizado pelo IPEA trouxe, inclusive, uma crítica a essa *farra* dos cem por cento de incentivos:

As empresas que apóiam projetos por meio das leis de incentivo pagam menos impostos. Em alguns casos, além do abatimento o IR também é permitida a dedução do incentivo das despesas operacionais, reduzindo a base de tributação da Contribuição sobre o Lucro Líquido e até a devolução de impostos pela Receita Federal (a Lei do Audiovisual faculta essa possibilidade). Em qualquer caso, esse mecanismo dificulta o acompanhamento da aplicação de recursos e dos montantes que o poder público deixa de arrecadar. Em princípio, *o apoio a projetos via incentivos 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 (DA SILVA, 2007, p. 175).

Esse mesmo estudo do IPEA revelou que as empresas pouco aderiram ao processo da Lei Rouanet. Muitos projetos aprovados pelo MinC para receber patrocínio empresarial não conseguiram um centavo. As empresas públicas participaram do processo muito mais do que as privadas (o que também representa circulação de dinheiro público no mercado cultural, mais do que as verbas privadas). E a maioria dos patrocínios permaneceu, de forma elitista, concentrada nas duas maiores capitais brasileiras:

Os recursos financiados pelas leis de incentivo praticamente correspondem a mais da metade dos recursos públicos federais. Ressalte-se que a demanda por financiamento não foi satisfeita, na medida em que dos 17.356 projetos apresentados entre 1996 e 2000, 77,5% foram aprovados e, desses, apenas 30% conseguiram captação. Ainda assim, deve-se ressaltar que as empresas públicas constituíram-se nos principais incentivadores da área cultural. Uma empresa estatal participou com aproximadamente 45% dos recursos incentivados em 2002. Esse foi o padrão recorrente em toda a década. Além disso, os recursos concentraram-se em poucas empresas, sendo que 17 delas responderam por 61% dos recursos incentivados (2002) e ainda concentram-se na Região Sudeste (84% em média, no período) – (Idem, 2007, p.175).

O estudo do IPEA comprova que o ministro Gilberto Gil e seu sucessor tiveram bons motivos para querer mudar a dinâmica da Lei Rouanet, com o objetivo (segundo declararam publicamente, na época) de carrear recursos para as regiões brasileiras mais desfavorecidas, diminuir o elitismo do processo e caminhar no sentido da democratização dos recursos para a produção cultural e ampliar o acesso da população aos bens culturais. Este será o tema do Capítulo 3. Por enquanto, com base numa pesquisa de inspiração etnográfica, veremos, a seguir, como os artistas e produtores culturais perceberam o crescimento do marketing cultural em suas vidas e como têm diferentes reações a esse processo biopolítico.

2.6 – As diferentes vozes dos artistas e produtores culturais

Diversos artistas e produtores culturais radicados na cidade do Rio de Janeiro têm uma visão crítica do mecanismo de apoio à cultura dependente do patrocínio empresarial que se beneficia de incentivos fiscais. Em nossa pesquisa, colhemos as opiniões desses agentes culturais, registradas a seguir, que revelam como eles se referem a um processo em que classe

artística foi obrigada a incorporar em suas vidas, para obter o financiamento para suas criações.

Um músico de renome, que compõe trilhas sonoras para cinema, observou:

Tenho ouvido falar que a Lei Rouanet, apesar de ser um incentivo, joga os produtores nas mãos de pessoas não qualificadas das empresas em termos culturais e sim, em termos financeiros, de *marketing* etc. E isso é muito negativo na hora de discutir o projeto pelo seu valor verdadeiro, que é cultural. Em segundo lugar, tenho observado que, pelo menos em cinema, o fato de você ter uma lei deste porte, com este nível de aporte financeiro, às vezes desobriga o projeto e seu produtor de ter que brigar por um espaço que é de mercado, que tenha obrigatoriamente que recuperar o valor investido, já que está praticamente tudo pago antecipadamente, salários, aluguel de equipamentos, finalização etc., e acho que às vezes o resultado é nefasto. No caso do cinema, o valor investido se recupera com o número de ingressos vendidos, venda do produto para outros países, venda para a televisão e distribuição para *homevideo* e coisas assim. Tendo a produção sido paga, estas questões passam a ter menos importância, dando uma falsa impressão de mais liberdade criativa. [Músico 1]

O mesmo músico, que em sua vida profissional não faz uso da Lei Rouanet, criticou o processo de busca de patrocínio, que coage o artista a aprender dinâmicas típicas do capitalismo cognitivo contemporâneo, como a redação de projetos:

Não tenho, como disse, experiência em projetos e sua realização pela Lei Rouanet. Mas, de certa maneira, o mercado ficou engessado por causa desta relação com imposto de renda mais do que com a consequência cultural, educativa e mercadológica do produto audiovisual. Uma vez, um sambista importante, amigo meu, me disse que antigamente, bastava saber compor, cantar e tocar, que você poderia brigar por um lugar ao sol no mercado da cultura. Hoje, você tem que saber escrever projetos... [Músico 1]

Em contraste, existem os agentes culturais favoráveis ao processo da Lei Rouanet. São aqueles que incorporaram, como diria Guattari, um espírito *capitalístico*. Um exemplo são os profissionais que dirigem empresas de produção cultural, que adquiriram competência para elaborar seus próprios projetos, que dominam os trâmites de enquadramento de propostas no ministério da Cultura e são capazes de criar as estratégias de *marketing* necessárias para conseguir patrocínio, porque estudam previamente os critérios das empresas patrocinadoras. Esses produtores não são artistas, eles contratam artistas para seus projetos. Em nossa pesquisa, detectamos um bom exemplo dessa atitude, que revela o tipo subjetividade

produzida pelo mercado cultural, na esteira do processo biopolítico instaurado pela Lei Rouanet:

Já enquadrei projetos na Lei Rouanet. Tenho 15 projetos enquadrados e aprovados pela Lei Rouanet, com orçamento global de 15 milhões. Já consegui patrocínio e o motivo do sucesso é procurar empresas que estejam alinhadas ao projeto, principalmente região, público-alvo e valor. [Produtora Cultural 1]

Essa produtora, totalmente favorável à Lei Rouanet, parece não perceber que é o projeto que precisa ser alinhado aos critérios das empresas. Assim, ela reinterpreta à sua maneira o conceito de *cultura-valor*, pois o valor que os empresários patrocinadores buscam nos projetos culturais é sua capacidade de trazer retorno para a empresa e suas marcas. Na mesma entrevista, ela realçou aqueles que, em sua opinião, são os aspectos positivos e negativos da Lei Rouanet:

Positivos: fomento das ações culturais, pulverização de ações culturais por todas as regiões do Brasil e formação de platéia. Negativos: falta de conscientização das empresas brasileiras na utilização dos benefícios fiscais, morosidade e burocracia na aprovação dos projetos pelo MinC. [Idem]

A produtora entrevistada parece estar desinformada sobre a excessiva concentração dos recursos financeiros movimentados pela Lei Rouanet no eixo Rio/São Paulo – o que torna a “pulverização de ações culturais por todas as regiões do Brasil” uma ilusão. Quanto à formação de platéia, se levarmos em conta que ela deve acontecer basicamente junto ao público infantil e jovem, pode-se concluir que a Lei também não contempla esse aspecto positivo. Basta ver exemplos como o caso do teatro infantil, que tem encontrado grandes dificuldades de obtenção de patrocínio nos últimos anos. Os aspectos negativos apontados pela produtora são queixas de quem gostaria de atuar num mercado cultural mais ágil e mais objetivo – anseio plenamente inserido na lógica capitalista. Essa mesma produtora sequer percebe a subordinação dos agentes culturais ao marketing das empresas patrocinadoras. Inquirida sobre esse tema, ela respondeu:

Não. No meu caso, as empresas respeitam as ações de divulgação inseridas no projeto. [Ibidem]

A entrevistada parece cega ao fato de que é o projeto e seu produto cultural que divulgam de modo positivo a empresa patrocinadora junto ao público – e não o contrário. Além disso, as empresas só patrocinam projetos cujas ações de divulgação estejam alinhadas aos seus interesses institucionais e/ou de *marketing*. Por exemplo: bancos têm como público-alvo pessoas físicas ou jurídicas com elevados recursos financeiros. Por isso preferem patrocinar os produtos artísticos mais elitizados, como exposições de artes plásticas, concertos de música erudita ou luxuosos livros de arte. As empresas operadoras de telefonia, por sua vez, sabedoras do tempo que adolescentes e jovens gastam se comunicando pelos aparelhos móveis, patrocinam eventos como o Tim Festival (de música) ou exposições multimídia (nas quais os jovens podem interagir com as formas de expressão artística através de aparelhos eletrônicos ou informatizados).

Em outro depoimento, dado por uma agente cultural que liderou uma organização não-governamental voltada para o segmento afro-brasileiro, as críticas ao processo da Lei Rouanet são mais contundentes:

É positivo que a cultura tenha um instrumento do governo que facilita a aquisição do patrocínio. Mas é negativo o fato de que muitas empresas não querem ter o trabalho de patrocinar. Algumas pedem comissão e outras só patrocinam os próprios projetos. [Dirigente de ONG Cultural 1]

Além da denúncia de corrupção passiva entre os executivos de empresas patrocinadoras (“algumas pedem comissão”), irregularidade que praticamente não é investigada pelos órgãos públicos competentes, esta entrevistada levantou a existência de outro grave problema vinculado à Lei Rouanet: a descoberta, pelas empresas patrocinadoras, de que os recursos vinculados aos incentivos fiscais poderiam ser capitalisticamente *otimizados* através da elaboração de projetos culturais pela própria empresa, segundo seus interesses maiores, para em seguida buscar no mercado os produtores culturais com capacidade profissional suficiente para realizá-los. Esta estratégia, que é usada por algumas empresas de forma um tanto velada para não suscitar críticas dos artistas e da imprensa, significa mais que a *subordinação* da cultura ao *marketing*: significa uma completa *apropriação* da produção artística e cultural pelo *marketing* empresarial, numa dinâmica que só faz diminuir ainda mais as chances de artistas e produtores culturais conseguirem obter patrocínio para seus próprios projetos.

A mesma entrevistada acima concorda que a Lei Rouanet facilita a subordinação dos artistas ao *marketing* empresarial:

Sim. As empresas não deveriam ser tão egoístas ao impor suas próprias razões, já que elas terão o benefício fiscal e outros ganhos proporcionais, diretos e indiretos, pelo seu investimento. [Idem]

Uma documentarista carioca, por sua vez, aponta outra grande dificuldade encontrada pelos artistas e produtores culturais cariocas, apesar de viverem e trabalhar numa das duas capitais brasileiras que mais concentram os recursos incentivados pela Lei Rouanet:

Não se consegue acesso aos diretores de *marketing* das empresas. Poucos editais e muitos candidatos. [Documentarista 1]

Esta mesma documentarista se queixa da subordinação dos artistas criadores ao *marketing* empresarial: “Sim, inclusive direciona a linguagem para este lado” [Idem]. E, ao ser perguntada sobre quais os prejuízos causados aos artistas pelo sistema da Lei Rouanet, disparou diversas críticas contundentes:

Só quem tem amigo, parente ou dá propina tem prioridade. Projetos comerciais são beneficiados em detrimento dos mais experimentais e criativos. Filmes bem comportados e com atores *globais* são incentivados em detrimento dos menos vendáveis. Centralização no eixo Rio/São Paulo. As empresas investem em seus próprios centros culturais, em suas próprias coleções de obras de arte, parentes, amigos e ainda levam propinas para aprovar projetos. [Ibidem]

A referência aos atores globais revela que a maioria das empresas patrocinadoras dá preferência a projetos culturais com artistas famosos no elenco, pois desta forma elas obtêm maior *retorno de mídia espontânea*, expressão que representa o número de matérias favoráveis publicadas na imprensa (jornais, revistas, emissoras de rádio e de televisão) sobre o projeto patrocinado. Tais matérias geralmente são positivas, já que os artistas famosos geralmente contam com a simpatia dos jornalistas e já que os redatores do jornal *O Globo* rotineiramente falam bem dos artistas que trabalham na Rede Globo de televisão.

Outro entrevistado, ligado à produção teatral e que “sempre foi contra a Lei Rouanet, durante sua vigência, desde a Lei Sarney”, corrobora as críticas feitas pela documentarista e ainda acrescenta outras:

Os aspectos negativos [da Lei Rouanet] são os de sempre, e valem também para o ICMS⁴¹. A equação não funciona quando o investimento público – impostos – é definido pelas empresas que, evidentemente, apostam suas (nossas) fichas em seu interesse. É da lei, como esta sempre se apresentou. Eu soube de uma pesquisa demonstrando que várias cidades do Brasil são recordistas mundiais em publicação de livros "de arte" institucionais, com distribuição como brindes de final de ano. Como imaginar que um grupo de teatro amador do interior do estado poderá competir com uma produção que trará resultados imediatos de mídia através de seus atores? E quem investe em novos grupos investigativos e ousados? Quem investe nos equipamentos necessários aos grupos de arte popular de cidades fora da capital e mesmo dentro? É evidente que coloco aqui o óbvio que debatemos. Só que esse debate já tem muitos e muitos anos e o dinheiro público continua nas mãos dos gerentes das empresas. Não desejo que as empresas se retirem do processo, mas há que diferenciar os investimentos de acordo com seus objetivos. Consequentemente, precisamos pensar e discutir quais os objetivos prioritários no âmbito artístico e educacional. O debate é árduo e necessário. [Produtor Teatral 1]

As duas últimas entrevistas trazem à luz a problemática, constante no caso da Lei Rouanet, da falta de apoio financeiro das empresas patrocinadoras para projetos mais ousados ou marcadamente experimentais. Um ator/diretor teatral proveniente do subúrbio carioca encontra ainda mais dificuldades:

Nunca fui capaz de enquadrar um projeto na lei [Rouanet]. Hoje sei que para enquadrar é um pouco mais fácil. No *site* do MinC tem até um vídeo explicando como preencher devidamente o formulário eletrônico. Para ser sincero, sempre tive muita preguiça de passar por esta parte processo. Sou um artista do palco e não lido muito bem com a burocracia. Quando mais jovem, eu acreditava que um dia um produtor iria querer se juntar a mim e ele faria essa parte importante do processo, enquanto eu cuidaria da parte artística (da criação). O que certa forma está acontecendo hoje. Meu grupo (Entreato) conseguiu um patrocínio de 50 mil da LAMSA, empresa que cobra o pedágio da linha amarela. Foi via Lei Municipal⁴². Eu mesmo em meus projetos nunca consegui patrocínio, meus trabalhos foram todos realizados com verbas de doações e capital próprio. [Ator/Diretor Teatral 1]

Este artista, em suas respostas, revelou que existe um universo de artistas que sobrevivem à margem da Lei Rouanet, fazendo *virações* para conseguir pequenos apoios e

⁴¹ Referência à Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro (Lei N° 1.954, de 26 de janeiro de 1992), que opera oferecendo às empresas patrocinadoras de cultura abatimentos no ICMS – Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços, que é pago mensalmente ao Governo do Estado por fábricas, indústrias e empresas distribuidoras de produtos ou serviços.

⁴² Referência à Lei N.º 1.940, de 31/12/1992, da Cidade do Rio de Janeiro, que concede incentivos fiscais para empresas que patrocinam projetos culturais com base em descontos no ISS – Imposto sobre Serviços, tributo pago por comerciantes e empresas prestadoras de serviços à Prefeitura.

doações, além do investimento de capital próprio. São os *excluídos culturais* que, no entanto, conseguem viabilizar seus projetos, de forma heróica e materialmente *mambembe*. Leia-se outro depoimento do mesmo artista:

Nunca consegui patrocínio, não fui capaz. Consegui muitos apoios. Para apresentar o *Monólogo da puta no manicômio*⁴³, peça que dirigi no ano de 2007, consegui apenas o apoio de uma universidade particular. Eles pagaram as passagens. Fico pensando em quem patrocinaria uma peça com este título. Aponto a primeira falha da Lei Rouanet. [Idem]

Este mesmo artista, com linguagem simples e direta, denuncia que os artistas famosos movimentam volumes consideráveis de dinheiro, sem que isso signifique ampliar o acesso da população aos produtos culturais, já que o preço do ingresso, nestes casos, costuma ser elevado:

Hoje, e isso acontece muito, um produtor junta um bando de artistas famosos, monta um projeto *megacomercial*, extremante lucrativo, cobra um preço altíssimo pelas entradas e ainda consegue patrocínio. Exemplo: peças como *Hamlet*, com Wagner Moura e grande elenco. Eles conseguiram um milhão de reais de patrocínio, a peça ficou um ano em cartaz e o preço do ingresso era um absurdo de caro. Em minha opinião, isso é jogar dinheiro fora. O Grupo Galpão⁴⁴ gasta isso por ano, mas o projeto Galpão Cine Horto vai muito além da montagem de uma peça de teatro e, muitas vezes, quando eles se apresentam, a entrada é franca. Posso garantir que todos os funcionários e os atores do Grupo Galpão estão muito felizes, pagam suas contas e vivem muito bem. [Ibidem]

Este entrevistado, em outro depoimento, revela que o universo dos artistas que conseguem patrocínio por já serem famosos, o universo dos *incluídos culturais*, movimenta bastante dinheiro. Por sua vez, segundo ele, os empresários patrocinadores são cúmplices do processo que é instaurado:

O produtor, no Brasil, muitas vezes quer ficar rico e inventa uma série de formas para burlar a Lei e ganhar um pouco mais, comprando notas *frias* e superfaturando serviços. Eu não acredito nisso. Tem muita gente que não precisa usar a lei e mesmo assim usa, pois sabe que vai conseguir o patrocínio. Até a Ivete Sangalo capta recursos via lei. Para o empresário é muito mais cômodo. Por que ele daria dinheiro para patrocinar um projeto como *O monólogo da puta no manicômio*, ou *Grande circo do diabo* ou *Ovo*

⁴³ Peça do dramaturgo italiano Dario Fo.

⁴⁴ Referência ao grupo mineiro, radicado em Belo Horizonte, que conta com patrocínios de diversas empresas, propicia cursos de formação de outros grupos de teatro e também encena seus próprios espetáculos.

frito? Se ele pode patrocinar um *show*, um musical com vários famosos. Isso é usar o dinheiro do governo para se dar bem. Rasteiramente é assim que eu penso. [Ibidem]

Outros agentes culturais conseguem patrocínio simplesmente porque aderiram plenamente à sistemática que a Lei Rouanet instituiu ao longo dos anos. Alguns desses agentes, inclusive, apesar de continuar idealizando seus próprios projetos culturais, já aprenderam que é mais fácil simplesmente atender às encomendas de algumas empresas patrocinadoras, como o comprova o depoimento registrado a seguir, dado por uma produtora cultural que trabalha numa ONG com mais de uma década de experiência no mercado cultural:

Como colaboradora de uma ONG cultural, enquadrei e/ou coordenei o enquadramento de mais de uma dezena de projetos na Lei Rouanet, num total aproximado de R\$ 3 milhões. Como consultora e professora em diversas instituições, orientei o enquadramento e captação de recursos de mais de uma centena de projetos. Neste segundo caso, seria impossível estimar com mínima acuidade o valor total. No caso dos projetos dessa ONG, praticamente todos conseguiram patrocínio. Em minha opinião, o sucesso se deve ao fato de que a maioria dos projetos tinha destino certo, em termos de patrocínio, ou seja: alguns foram “encomendados” pelos próprios patrocinadores, outros foram mostrados, discutidos e adequados às expectativas do patrocinador em potencial antes do enquadramento. No caso dos outros projetos, a proporção se inverte: mais de 80% não conseguiram patrocínio. Não por acaso, estes eram projetos que não estavam previamente destinados a um patrocinador específico, e cuja captação só se iniciou após a aprovação na Lei Rouanet. [Produtora Cultural 2]

A produtora parece plenamente consciente da subordinação dos artistas e produtores culturais aos critérios de *marketing* das empresas patrocinadoras. Ao ser inquirida sobre essa submissão, ela responde que de fato existe e realça a predominância, nas empresas patrocinadoras, do *marketing* institucional sobre o *marketing* de produtos e serviços. E realça que os agentes culturais precisam trabalhar a adequação de seu projeto aos critérios empresariais antes mesmo de fazer os trâmites burocráticos de enquadramento do projeto no Ministério da Cultura:

Sim. Pelos exemplos que já citei, minha experiência tem demonstrado que a adequação aos objetivos, não necessariamente de *marketing*, mas certamente institucionais, das empresas patrocinadoras, são condição *sine qua non* para a aprovação da esmagadora maioria dos projetos, tendendo essa adequação a ser, cada vez mais, feita antes mesmo do enquadramento. [Idem]

Apesar de bem sucedida, essa produtora cultural reconhece que a sistemática consolidada pela Lei Rouanet provoca prejuízos à liberdade de criação artística:

O prejuízo não é pelo fato em si do patrocínio por empresas, mas sim pelo fato de ter sido, ultimamente, o único caminho buscado pela maioria dos produtores culturais, o que os torna cada vez mais “escravos” dos critérios das empresas. [Ibidem]

Entre os depoimentos que coletamos nesta nossa pesquisa, constatamos que os projetos vinculados à cultura afro-brasileira parecem ter mais dificuldades para conseguir patrocínio. Veja-se, por exemplo, este depoimento de uma atriz e diretora teatral negra, empenhada em realizar trabalhos artísticos que questionam a situação das pessoas negras em nosso país:

Sinceramente, não estou muito a par da Lei Rouanet, pois não tenho o hábito de enquadrar os meus projetos. Por vários motivos: as exigências são muitas e, como trabalho praticamente sozinha, acaba sendo difícil. Nunca consigo dialogar de modo objetivo com um possível patrocinador, pois não tenho os contatos “quentes”. Assim, viabilizo meus trabalhos de outra forma. Já coloquei um projeto na lei e não deu em nada. Mas sei de pessoas que conseguiram. É óbvio que tinham os tais contatos “quentes”. O artista afrodescendente tem uma dificuldade maior em viabilizar seus trabalhos, por conta da nossa “herança” histórica. A escravidão deixou seqüelas enormes, não conseguimos nos aproximar de modo objetivo das grandes empresas. Acredite: a maioria dos artistas afro-brasileiros sobrevive por interferência divina e muita audácia e determinação. Creio nisso. A meu ver, a lei contribui para que sempre os mesmos continuem produzindo. E os editais do governo dão preferência a projetos aprovados por lei e com patrocínios garantidos. [Atriz afrobrasileira 1]

Existem também os artistas que descartam totalmente de suas vidas o uso da Lei Rouanet, porque são convictos de que os caminhos da arte não devem passar pelas exigências do *marketing* empresarial. Este é o caso do próximo entrevistado, um artista que se dedica à difícil arte da mímica e que, peremptoriamente, não deseja tornar-se o que chama de “executivo”:

Nunca cheguei a enquadrar um projeto na Lei Rouanet. Sempre que penso em fazer isso, acabo desestimulado. Porém, quando alguém decide enquadrar algum projeto e pergunta se participarei da equipe, eu me coloco à disposição. No fundo, no fundo, não acredito na Lei Rouanet. Não acho que ela represente o perfil de um artista não-executivo, como eu. Costumo dizer para as pessoas que a prática com a lei obriga o artista a virar um executivo!

Leva-se muitos anos para se “fazer” um artista e muitos anos para se “fazer” um executivo – e, na vida, a gente tem que fazer opções, mesmo que o sistema econômico nos afaste cada vez mais da função que queremos para nós! [Mímico 1]

Este artista também afirmou: “Insisto no fato de que é uma lei para profissionais liberais da área executiva e eu sou um artista criador” [Idem]. Portanto, ele pertence à minoria que se recusa a entrar na dinâmica de produção de subjetividade que transforma artistas em empresários empreendedores. E é justamente por causa disso que ele pode traçar uma crítica da Lei Rouanet como processo efetivo de exclusão cultural. Ao ser perguntado como vê os aspectos positivos e os aspectos negativos da lei, ele respondeu:

O aspecto positivo é que, se o artista tem um dom empresarial, ele pode ser bem sucedido. Geralmente os artistas que se dedicam a isso e conseguem bons resultados fazem parte da classe dominante, porque já têm ótimos contatos no meio empresarial. Eles são, inclusive, originários deste meio e muitos possuem escolaridade oriunda da classe média alta, ligados a um *métier* muito diferente dos artistas que tem origem pobre. O aspecto negativo é que a lei funciona como um filtro, no mau sentido, eliminando da “concorrência” os artistas que têm excelente obra, mas não estão aptos a competir por um espaço, uma vez que o campo de luta nada tem a ver com a arte em si, mas com a veiculação dela e, para isto, é preciso ter outros tipos de formação, executiva em primeiro lugar! [Ibidem]

Inquirido sobre qual poderia ser o prejuízo, para a arte e a cultura nacionais, desse processo de somente ser possível viabilizar projetos através do patrocínio empresarial, este artista deu uma resposta que revela uma espécie de *apartheid* entre os executivos que decidem sobre a concessão de patrocínios e artistas que se recusam a desempenhar um papel de submissão ao rei *marketing*:

A censura é o pior prejuízo. Como eu disse antes, assim como o artista não é obrigado a ser um executivo, o empresário não necessariamente tem de ser artista. Mas, na prática, o empresário muitas vezes “entende” de arte mais que o artista e, como o campo de luta é totalmente voltado para o dinheiro mais que para a arte, o artista é sempre aquele que vai cedendo cada vez mais! Existem também empresários preconceituosos que não conversam com o artista diretamente. Preferem falar com um “agente”, como se o artista fosse um ignorante que não sabe tratar dos assuntos que se referem, principalmente, à sua própria sobrevivência e à de sua família. Com isso, o empresário acha que o artista não é educado o suficiente para conversar com ele num jargão mais específico. No entanto, sabemos que essa atitude se refere apenas a um tipo de artista bem específico! [Ibidem]

Do lado oposto, o dos produtores culturais que aceitam como natural a disputa concorrencial entre agentes culturais pelos recursos empresariais, as críticas que fazem recaem sobre o poder público, que ao encolher seu papel no processo à mera aprovação prévia dos projetos que podem caçar patrocínio no mercado, passou a ser percebido como um nada agradável aparelho burocrático que peca pela lentidão nos trâmites pelos quais é responsável. Essa é, por exemplo, a visão de um dos nossos entrevistados – um dirigente de uma ONG cultural devotada à edição de livros de registro da história das nossas ferrovias:

Como principal ponto positivo [da Lei Rouanet], considero a oportunidade de se conseguir, apesar das grandes dificuldades, um apoio de alguma empresa para patrocinar o projeto, num processo de contato direto, apresentando currículo de realizações e disputando com outros proponentes, numa comparação de valores e competências. Como principal ponto negativo, vejo a concentração de poder no ministério [da Cultura], para aprovação ou não de projetos, sem uma clara visão dos critérios pela sociedade, e a excessiva burocracia, levando a atrasos demasiados. [Dirigente de ONG Cultural 2]

2.7 – A visão crítica de um artista consagrado

A jornalista Ana Paula Souza, da revista *Carta Capital*, colheu a última entrevista⁴⁵ que o teatrólogo Augusto Boal, criador do Teatro do Oprimido, concedeu em vida, no Théâtre de Ville, em Paris. Na ocasião, Boal deixou bem claro que se posicionava contra a Lei Rouanet porque o dispositivo legal deixava os artistas brasileiros à mercê das políticas de *marketing* das empresas:

CC – *Em linhas gerais, qual a sua avaliação do teatro brasileiro hoje?*

Boal – Existe um mundo de teatros no Brasil. Nunca vi um espetáculo no Amazonas ou no Pará, então não posso avaliar. O que posso dizer é que a Lei Rouanet assassinou a criatividade do teatro. Ao transferir do governo, que representa o povo, para as empresas, a decisão de onde investir, a Lei substitui o pensamento criativo pelo publicitário. Essa lei tem que acabar.

CC – *Muitos produtores dizem exatamente o oposto: se acabar a lei, acaba o teatro.*

Boal – Não é a verdade. Há muitos grupos produzindo por aí. Esse dinheiro da lei deveria ser transferido para um fundo. A verba do fundo seria

⁴⁵ A entrevista foi publicada pela revista *Carta Capital*, em 03/04/2009. Disponível em http://www.foro-latino.org/info_flape/doc_info78/Ultima_entrevista.pdf. Acesso em 05 de maio de 2010.

distribuída de acordo com a avaliação de comissões constituídas pela sociedade. A Lei não incentiva companhias como a minha, ou as de Zé Celso (Martinez Corrêa), Antunes Filho, Aderbal (Freire Filho) ou grupos como o Tapa. Ela só funciona para projetos isolados, individualistas. Se eu depender do apoio de uma empresa de macarrão, como vou produzir uma peça como *Ralé*, de Gorki, que fala sobre a fome?

Em poucas palavras, Boal evidenciou uma das conseqüências mais nefastas da Lei Rouanet sobre os criadores brasileiros de arte e cultura. A arte que faz críticas ao sistema dificilmente obterá patrocínio porque é insubmissa e não ajuda a vender produtos e serviços.

No tempo do regime militar, os artistas brasileiros sofriam com as limitações impostas pela censura e até espancamentos feitos por grupos de extrema direita que invadiam espetáculos teatrais, como aconteceu em São Paulo, por exemplo, com o elenco da peça *Roda Viva*, que foi fisicamente agredido por integrantes do CCC – Comando de Caça aos Comunistas.

Em uma entrevista que concedeu a César Fraga, do jornal gaúcho *Extra Classe*, publicada sob o título *O mercantilismo é a morte da arte*, Augusto Boal, que foi vítima de perseguições durante a ditadura militar, declarou que tão ruim quanto a censura policial é “aquela que se dá na forma da sedução”, pois aprisiona a arte nas teias do *marketing* empresarial:

Extra Classe - Como assim?

Boal – O sujeito te diz: se você fizer o que eu quero, ganha o dinheiro para fazer a produção. Se não fizer, não tem. Este, infelizmente, é o padrão de censura dominante no Brasil. É a coerção pelo poder econômico. São as empresas que determinam o que pode ser feito e o artista não está livre para fazer suas experiências, ele perdeu este direito.

Extra Classe – O governo chama isso de parceria, não é?

Boal – O governo chama desta forma, mas esta parceria não existe de fato. É mentira. Uma parceria de fato ocorre quando os parceiros possuem o mesmo objetivo e força semelhante. Quando um dos lados é o “todo poderoso” e ao outro não resta opção, fica difícil.

Extra Classe – O que é isso, então?

Boal – O que está ocorrendo no Brasil é a privatização da cultura. Os artistas correm atrás de quem quer patrocinar, este é o normal. Já o patrocinador encara a produção artística como parte de seu projeto de *marketing*. Ele nunca vai dar dinheiro para um projeto de dança, teatro, música, que não seja assemelhado aos produtos que ele vende, ou que compartilhe da mesma ideologia.

Extra Classe – Esta promiscuidade causada pela mercantilização da cultura, que resultados pode nos trazer, a curto e a longo prazo?

Boal – A conseqüência é que isso vai tornando a arte ascética, pouco a pouco transformando nossa cultura em matéria plástica, sem cor, sem cheiro,

sem sabor e sem sentido. O que os patrocinadores geralmente querem é reproduzir um mundo velho, já conhecido e aprovado. Não se propõe nada. É o fim da arte.

Extra Classe – *Se não é arte, como conceituar então este tipo de manifestação que já está bem arraigado no dia-a-dia das pessoas?*

Boal – Não podemos confundir arte com artesanato. Este exemplo que eu dei está mais para a artesanaria, que é a reprodução de um mesmo modelo. Uma vez que estes pseudo-artistas trabalham para a reprodução do mundo que seus patrocinadores acham viável, e reprodução não é arte, está explicado. Além disso, existe uma ironia nisto tudo, que é o fato de muitas vezes se dar o *status* de artista às pessoas que perpetuam este tipo de reprodução a que me referi anteriormente, e se chamar de artesãos os artistas populares maravilhosos que realizam obras totalmente originais, simplesmente por serem consideradas folclóricas. Mas, só para não fugir do assunto, queria dizer que a curto, médio ou longo prazo, a pior consequência deste processo é o da esterilização da arte por meio da reprodução de modelos já consagrados pelo *marketing*.

Neste ponto, Boal toca na ferida causada pela Lei Rouanet: o regime de patrocínio através do mecenato das empresas na prática esteriliza a arte, porque leva a mecanismos de repetição de fórmulas voltadas para o consumo de marcas e produtos, e não para o desabrochar das forças criativas e das singularidades que sempre foram características do universo artístico.

Nessa mesma entrevista, Boal realça que existem os grupos que reagem ao *status quo* e continuam produzindo sua arte sem recorrer ao *marketing* do mecenato empresarial. Em seguida, ele aponta o que considera justo para os artistas: o subsídio governamental, através de fundos específicos. Em outro momento, critica a mentalidade neoliberal que se consolidou no meio artístico brasileiro. E, por fim, sublinha que o lucro da arte, do ponto de vista do seu valor social, não deveria ser financeiro, mas sim de “crescimento humano”:

Extra Classe – *Existe perspectiva para o teatro no Brasil?*

Boal – É claro que sim. A gente sempre fica sabendo de grupos que, mesmo sem auxílio da iniciativa privada ou verbas públicas, realizam trabalhos com perspectiva semelhante à do Teatro do Oprimido. Está certo que muitas vezes são estruturas amadoras, mas o importante é que se faça, para que haja alguma espécie de resistência a este modelo imposto pela globalização. Ele sempre pressupõe que cultura tem de dar lucro.

Extra Classe – *E não deve dar lucro?*

Boal – Este pressuposto é dos neoliberais. A cultura, assim como os bombeiros e os hospitais, tem de ser subsidiada. Senão, a gente vai acabar como aquelas freiras em Viena, na Áustria, que matavam os pacientes terminais em um hospital por julgarem que eles seriam deficitários do ponto de vista econômico. Existem atividades que são deficitárias por natureza e precisam de subvenção. O teatro que dá lucro é aquele que é ancorado por uma estrela ou vedete de televisão e que geralmente está dentro de uma

norma de sucesso em que tudo gira em torno da estrela. Este teatro geralmente dá muito dinheiro. Mas é preciso que se garantam condições para que certas experiências, fora destes padrões, possam ser desenvolvidas sem esta preocupação.

Extra Classe – *O que está ocorrendo não seria uma transferência do raciocínio neoliberal e globalizante para a cultura?*

Boal – É evidente que esta mentalidade se instituiu no meio. Assim como é evidente que o lucro proporcionado pela arte se dá de outra forma. Por exemplo: se você enriquecer uma produção teatral expondo a platéia a estímulos plásticos, estará enriquecendo a forma de pensar do espectador e conseqüentemente gerando um lucro. Mas um lucro de crescimento humano, de um valor muito difícil de ser medido, já que não se trata de uma mercadoria vulgar. Neste caso, não se trata de um lucro financeiro, mas humano. Este lucro existe em qualquer atividade verdadeiramente artística, em que a estética tem esta capacidade de alargar a capacidade de percepção do seres humanos. A arte faz o homem mais rico, mas não de dinheiro.

Ainda nesta entrevista, Boal toca em outra questão relevante: os patrocínios empresariais se concentram no Eixo Rio/São Paulo porque a mídia, em especial a cultura televisiva, está concentrada nesses dois estados da Federação.

Extra Classe – *Então o êxito comercial desses espetáculos, digamos alternativos, já é limitado por natureza?*

Boal – As chances de estes espetáculos obterem sucesso pelo Brasil afora são reduzidas muito mais pela concentração da mídia no eixo Rio/São Paulo do que por sua qualidade. O público das demais localidades é muito influenciado pelos gostos e padrões reproduzidos por esta cultura televisiva. Temos basicamente dois pólos centralizadores da informação e da produção em televisão. Você não vê em rede nacional o evento de Passo Fundo ou de Manaus. É como se não existisse nada ao sul de São Paulo ou ao norte do Rio de Janeiro. Não se vê elencos do Rio Grande do Sul ou do Amazonas na telinha. O que se vê são atores que vêm para Rio e São Paulo e fazem carreiras. É muito difícil até mesmo repercutir peças de autores que não sejam destes dois centros.

A esta altura, é importante procurarmos definir o que seja arte, a produção artística, no contexto deste trabalho. Neste campo, seguimos o pensamento de Gilles Deleuze e Félix Guattari, autores para os quais a arte tem uma “potencialidade revolucionária”, conforme escreveram em sua obra seminal *O Anti-Édipo*.

Em sua obra *Caosmos*: um novo paradigma estético, Guattari realça como a arte tem a capacidade de resistir aos jogos de dominação do capitalismo:

É nas trincheiras da arte que se encontram os núcleos de resistência dos mais conseqüentes ao rolo compressor da subjetividade capitalística, a da

unidimensionalidade, do equivaler generalizado, da segregação, da surdez para a verdadeira alteridade (GUATTARI, 1992, p. 115).

Comentando essa passagem de Guattari, a antropóloga Janice Caiafa, em seu livro *Nosso Século XX: notas sobre arte, técnica e poderes*, sublinha a força da arte como força capaz de quebrar as padronizações gerenciadas pelo capitalismo e de, simultaneamente, fazer brotar a *singularidade*, na qual reside o potencial revolucionário da expressão artística:

São as “máquinas estéticas” que, em seu trabalho criador com a expressão, podem abrir brechas nas subjetividades padronizadas (que só desenvolvem aquilo que serve à axiomática capitalista), fazendo brotar singularidades. Ou, como diz Guattari, deflagrando “processos de singularização” (CAIAFA, 2000, p. 66).

A arte, nessa visada, pode ser uma força autônoma que rompe com a produção de subjetividade dominante. Como complementa Caiafa, acompanhando o pensamento de Guattari:

Nessa apreensão da subjetividade em sua “dimensão de criatividade processual”, admite-se que uma mutação subjetiva ocorre quando segmentos semióticos adquirem autonomia e começam a “secretar novos campos de referência”. Há uma ruptura com um campo significacional dominante e desencadeia-se um processo de singularização. É assim que mudamos, adquirimos um novo ímpeto existencial. Pequenos acontecimentos numa vida podem desempenhar o papel desse processo de criação subjetiva (IDEM, 2000, p. 66).

Mais à frente nesse mesmo texto, Janice Caiafa ilumina ainda mais a força propriamente *subversiva* da arte, no âmbito do pensamento de Guattari, sem conferir à criação artística um papel hegemônico no processo político:

A clínica que emerge dessa concepção de subjetividade é aquela que obriga e aproveita todas as oportunidades de ativação desses acontecimentos. Se o analista tiver que intervir para “agarrar a oportunidade”, ele o fará contra a política de neutralidade de outras abordagens. A análise deveria suscitar essa autonomização criadora e aproveitá-la, mas não será o único lugar onde isso se dá e não é entronizada, no pensamento de Guattari, como o mais importante. As mutações subjetivas estão em curso em diferentes níveis, inclusive e hoje sobretudo por via das máquinas estéticas (IDEM, 2000, pp. 66 e 67).

Nesse horizonte, a arte age como *catalisadora* das mutações subjetivas:

A “função poética” vai assumir um papel importante como captadora desses fragmentos existenciais e catalisadora de efeitos transformadores. É o que Guattari chama de “catálise poético-existencial”, “em operação no seio de discursividades escriturais, vocais, musicais ou plásticas”. A expressão criadora da arte teria a potência de acelerar esses segmentos e provocar mutações subjetivas. É a produção de “atratores existenciais” – a partir do conceito de “atratores estranhos”, que Isabelle Stengers e Ilya Prigogine descrevem na física. Uma estranheza, uma alteridade que a arte provoque em relação a uma forma padrão, ou a uma repetição não criadora na vida, é introduzida e vai atrair todo o conjunto. Há uma ruptura com uma situação subjetiva paralisante e acontece uma mutação. (IBIDEM, 2000, p. 67).

Para deixar evidente que não está falando do artista como um indivíduo genial, especial, complementa Caiafa:

Observe-se que a arte é vista aqui como um campo criador. Não é de modo algum a figura do artista como indivíduo privilegiado que pode mudar o mundo. É a arte como um fluxo a se combinar com outros (IBIDEM, 2000, p. 67).

Relembrando o próprio Guattari:

Não se trata de fazer dos artistas os novos heróis da revolução, as novas alavancas da história! A arte aqui não é somente a existência de artistas patenteados, mas também de toda uma criatividade subjetiva que atravessa os povos e as gerações oprimidas, os guetos, as minorias (GUATTARI, 1992, p. 115).

Caiafa resume bem o caráter coletivo desse processo:

Há uma experimentação subjetiva que acontece nos grupos marginalizados ou oprimidos que, por manterem uma distância ao mesmo tempo desejada e forçada em relação aos focos de poder, se descolam mais facilmente da subjetividade normalizada (CAIAFA, 2000, pp. 67 e 68).

Na história da arte brasileira, pode-se ver como esse tipo de fenômeno acima descrito aconteceu, por exemplo, em meados da década de 60, quando um grupo de músicos se rebelou contra o regime militar e criou a chamada *música de protesto*, que denunciava as condições de dominação opressiva do sistema capitalista. Mais do que expressar a revolta de artistas individuais, o processo se configurou como um verdadeiro *movimento coletivo*, que funcionou como “atrator” dos estudantes universitários e dos movimentos operários, irradiou-

se pelo teatro e, quando foi amordaçado pela forte censura daquele período, o sentido de protesto foi herdado pelos artistas plásticos, cujas obras não tinham palavras para serem cortadas pelos censores e criticavam o regime através das imagens. Nesse contexto, surgiu a exposição *Opinião 65*, cujos artistas participantes rompiam com a arte informal, não-figurativa da época, e propunham um novo realismo crítico nas artes plásticas. O nome da mostra foi inspirado pelo famoso show musical *Opinião*, estrelado por Zé Ketti e Nara Leão (depois substituída por Maria Bethânia), cuja canção-tema era um verdadeiro baluarte de resistência política:

“Podem me prender / podem me bater / podem até deixar-me sem comer /
que eu não mudo de opinião”

Veremos a seguir como a arte sobrevive (ou subvive) nas condições socioeconômicas da sociedade contemporânea, que papel cabe a ela e a seus produtores, em tempos de capitalismo globalizado.

2.8 – A arte no tempo do Império

Ao se sujeitarem ao *marketing* das empresas, sem espaço para a criatividade de resistência, sem caminhos para a arte como contrapoder, os artistas e produtores culturais brasileiros vivem o tempo do Império, tal como o diagnosticaram Toni Negri e Michael Hardt.

Recolhemos em *Vida capital – ensaios de biopolítica*, de Peter Pál Pelbart, um ótimo resumo das idéias principais de Negri e Hardt: “O Império é uma nova estrutura de comando, em tudo pós-moderna, descentralizada e desterritorializada, correspondente à fase atual do capitalismo globalizado” (PELBART, 2003, p. 81). Diferentemente do antigo sistema de dominação, o *imperialismo* caracterizado pela opressão dos países colonizadores sobre os países colonizados, o Império “é sem limites e sem fronteiras, em vários sentidos: engloba a totalidade do espaço do mundo” (Idem, p. 81). Além disso, “apresenta-se como fim dos tempos, isto é, ordem a-histórica, eterna, definitiva, e penetra fundo na vida das populações, nos seus corpos, mentes, inteligência, desejo, afetividade” (Ibidem, p. 81).

O cenário construído pelo Império é de dominação horizontal, capaz de englobar as diferenças, para não gerar os atritos, as revoltas e as revoluções que causava o antigo sistema

colonizador/colonizado, opressor/discriminado. O Império tudo inclui, tudo incorpora e tem tudo sob seu comando. É como escreveu Pelbart:

Jamais uma ordem política avançou a tal ponto em todas as dimensões, recobrando a totalidade da existência humana. No entanto, esse poder já não se exerce verticalmente, desde cima, de maneira piramidal ou transcendente. Sua lógica, em parte inspirada no projeto constitucional americano, é mais “democrática”, horizontal, fluida, esparramada, em rede, entrelaçada ao tecido social e a sua heterogeneidade, articulando singularidades étnicas, religiosas, minoritárias (Ibidem, p. 81).

Para Pélbart, o “Império coincide com a sociedade de controle, tal como Deleuze, na esteira de Foucault, a havia tematizado” (Ibidem, p.81). A visão de Foucault é atualizada, na esteira de Deleuze: “Em substituição aos dispositivos disciplinares que antes formatavam nossa subjetividade, surgem novas modalidades de controle” (Ibidem, p. 81). Complementa Pelbart:

Em lugar do espaço esquadrihado pela família, escola, hospital, manicômio, prisão, fábrica, tão características do período moderno e da sociedade, a sociedade de controle funciona através de mecanismos de monitoramento mais difusos, flexíveis, móveis, ondulantes, “ímanentes”, incidindo diretamente sobre os corpos e as mentes, prescindindo das mediações institucionais antes necessárias, que de qualquer forma entraram progressivamente em colapso (Ibidem, p. 81).

O novo regime de controle, esclarece Pelbart, acontece “em espaço liso e aberto” e “se exerce através de sistemas de comunicação, redes de informação, atividades de enquadramento, e é como que interiorizado e reativado pelos próprios sujeitos, no que os autores⁴⁶ chamam de alienação autônoma” (Ibidem, os. 81 e 82). Parece ser justamente isso o que acontece com os artistas e produtores culturais que foram colocados à mercê da Lei Rouanet: eles precisam “enquadrar” seus projetos no Ministério da Cultura, pois sem isso não podem peregrinar pelas empresas em busca de patrocínio. Eles precisam acoplar-se aos sistemas de comunicação pré-estabelecidos pelas empresas patrocinadoras, como, por exemplo, colocar o projeto cultural em sintonia com os objetivos institucionais empresariais ou com seus critérios de *marketing* de produtos ou serviços. Além disso, um projeto cultural patrocinado deve ter o poder de gerar o máximo de *mídia espontânea favorável*, ou seja, gerar, sem custos adicionais, matérias elogiosas sobre o projeto realizado nos diferentes

⁴⁶ Referência a Toni Negri e Michael Hardt, autores de *O Império*.

órgãos de imprensa. Com o simples passar do tempo, os artistas *interiorizam* os procedimentos e comportamentos necessários à obtenção de patrocínio, ensinam as estratégias a outros artistas ou aprendem o *caminho das pedras* com consultores e assessores especializados em *marketing* cultural. Assim os agentes da produção cultural reativam a sistemática de controle que é exercida sobre eles de cima *de todos os lados* pelo capital, ingressando no processo que Negri e Hardt chamam de “alienação autônoma”.

Em seu instigante livro *Vida capital – ensaios de biopolítica*, Peter Pál Pelbart mostra como Negri e Hardt estenderam a visão de Foucault:

Através de redes flexíveis, moduláveis e flutuantes, o poder muda de figura, amplia seu alcance, penetração, intensidade, bem como sua capacidade de mobilização. Prolongando uma intuição Foucaultiana, os autores assinalam que agora o poder não é apenas repressivo, restritivo, punitivo, mas ele se encarrega positivamente da produção e da reprodução da própria vida na sua totalidade. É a dimensão biopolítica da sociedade de controle. Ela corresponde à entrada do corpo e da vida, bem como de seus mecanismos, no domínio dos cálculos explícitos do poder. Trata-se de uma forma de poder que rege e regulamenta a vida desde dentro, seguindo-a, interpenetrando-a, assimilando-a e a reformulando. O poder não pode obter um domínio efetivo sobre a vida inteira da população a menos que se torne uma função integrante e vital que cada indivíduo abraça e reativa por sua própria conta e vontade. É nesse sentido que a vida torna-se um objeto de poder, não só na medida em que o poder tenta se encarregar da vida na sua totalidade, penetrando-a de cabo a rabo e em todas as esferas, desde sua dimensão cognitiva, psíquica, física, biológica, até a genética, mas, sobretudo, quando esse procedimento é retomado por cada um de seus membros (PELBART, 2003, p. 82).

Em um jogo assim tão avassalador, tão intensivo e tão flexível, as criações artísticas e as manifestações culturais também são subsumidas pelo poder. No caso específico da Lei Rouanet, a subjugação ocorre de maneira até confortável, pois o poder público deserdou os artistas de apoios financeiros significativos e os entregou *de bandeja* ao controle do capital em mãos das empresas patrocinadoras.

A análise que Pelbart faz da teoria de Negri e Hardt, como articulação das idéias de Foucault, revela com clareza as diferenças entre a atual sociedade de controle e a sociedade disciplinar:

A partir daí, Negri e Hardt tentam articular essas duas contribuições de Foucault, dizendo que só uma sociedade de controle pode adotar o contexto biopolítico como seu terreno exclusivo de referência. A sociedade disciplinar não conseguia penetrar inteiramente as consciências e os corpos dos indivíduos a ponto de organizá-los na totalidade das suas atividades. A relação entre poder e indivíduo era ainda estática, e, além disso, era

compensada pela resistência do indivíduo. Na sociedade de controle, o conjunto da vida social é abraçado pelo poder e desenvolvido na sua virtualidade. A sociedade é subsumida na sua integralidade, até os centros vitais de sua estrutura social; trata-se de um controle que invade a profundidade das consciências e dos corpos da população, atravessando as relações sociais e as integralizou (Idem, 2003, p. 82).

2.9 – A vida e a arte: resistências possíveis

A análise que Pelbart faz das idéias de Negri e Hardt chega ao momento crucial em que aponta como o jogo do poder pode se voltar contra ele próprio, como podem surgir as forças de um contrapoder:

Marx já falava em subsunção real do trabalho ao capital, e a Escola de Frankfurt tematizou a subsunção da cultura. Mas essa passagem, tal como Foucault e Deleuze, aos olhos de Hardt e Negri, a entendem, significa algo um pouco diferente. Sim, é a subsunção da economia, da cultura, e também do *bios* social a um poder que engloba assim todos os elementos da vida social, mas é um domínio que produz algo muito paradoxal, e nada linear, dizem os autores, pois ao invés de unificar tudo, cria um meio de pluralidade e de singularização não domesticáveis. Daí a inversão não só semântica, mas também cultural e política, proposta por um grupo de teóricos, majoritariamente italianos, e entre eles o próprio Negri. Com ela, o termo de biopolítica deixa de ser prioritariamente a perspectiva do poder e de sua racionalidade refletida tendo por objeto passivo o corpo da população e suas condições de reprodução, sua vida (PELBART, 2003, p.83).

No campo da arte e das manifestações culturais, a despeito da apropriação feita pelo capital patrocinador, também não ocorre apenas a homogeneização da produção em função do *marketing* empresarial. Afeitos ao olhar crítico ou rebelde, muitos artistas insurgem-se contra o sistema e produzem de maneira não-linear criações singulares, que instauram pluralidades não-domesticáveis.

Como vimos em nossa pesquisa etnográfica, muitos artistas recusam-se a tornar-se *executivos* da criatividade e viabilizam sua arte à margem do sistema de patrocínios, como verdadeiras *linhas de fuga*⁴⁷, no sentido deleuziano do termo. Outros artistas, como o

⁴⁷ Para Gilles Deleuze e Félix Guattari (2), os indivíduos ou grupos são atravessados por verdadeiras linhas, fusos e meridianos distintos. Nossa existência é uma espécie de geografia. Somos corpos cartográficos. Assim como os mapas geográficos delimitam e registram territórios políticos, econômicos e culturais, os indivíduos também são registrados e cruzados por linhas. Algumas dessas linhas são postas do exterior para eles e não se cruzam, ao contrário, separam-se e demarcam os seus próprios territórios. Outras são produtos do acaso, mas há outras que devemos inventá-las, traçá-las, efetivamente, na vida. Devemos inventar nossas próprias linhas de fuga. Mesmo que para alguns indivíduos ou grupos nunca seja possível construí-las. Outros já as perderam. As

dramaturgo Augusto Boal, adotam a atitude de insurgir-se publicamente contra a política de patrocínios, que a seu ver transforma a arte em mera coadjuvante da propaganda das marcas, produtos e serviços das empresas.

É o próprio tecido da vida que possibilita essa insurgência. Como observa Pelbart: “A própria noção de vida deixa de ser definida apenas a partir dos processos biológicos que afetam a população. Vida agora inclui a sinergia coletiva, a cooperação social e subjetiva no contexto da produção material e imaterial contemporânea, o intelecto geral” (PELBART, 2003, p. 83). Prossegue o autor: “O *bios* é redefinido intensivamente, no interior de um caldo semiótico e maquínico, molecular e coletivo, afetivo e econômico” (Idem, p. 83). Emerge então a dimensão em que a vida pode tornar-se, ela própria, uma *força de resistência*:

Aquém da divisão corpo/mente, individual/coletivo, humano/inumano, a vida ao mesmo tempo se pulveriza e se hibridiza, se moleculariza e se totaliza. E ao descolar-se de sua acepção predominantemente biológica, ganha uma amplitude inesperada e passa a ser redefinida como poder de afetar e ser afetado, na mais pura herança espinosana. Daí a inversão do sentido do termo forjado por Foucault: biopolítica não mais como poder *sobre* a vida, mas como a potência *da* vida. Definir o Império como regime biopolítico implica esse duplo sentido: significa reconhecer que nele o poder sobre a vida atinge uma dimensão nunca vista, mas por isso mesmo nele a potência da vida se revela de maneira inédita. Muito cedo o próprio Foucault intuiu a natureza desse paradoxo: aquilo mesmo que o poder investia – a vida – era precisamente o que doravante ancoraria a resistência a ele, numa reviravolta inevitável. Ao poder *sobre* a vida deveria responder o poder *da* vida, a potência “política” da vida na medida em que ela faz variar suas formas e reinventa suas coordenadas de enunciação (Idem, 2003, p. 83)

Analogamente, o poder biopolítico das empresas sobre a arte, com a anuência do poder público federal, também se reverte na potência da própria arte, que inventa linhas de fuga e reinventa seus caminhos de expressão. Nas artes plásticas, por exemplo, para além do mundo domesticado das galerias que expõem a arte-mercadoria para investimento de ricos colecionadores, e para além do mundo dos museus e centros culturais dominados pelo mecenato das grandes empresas, surge a arte feita nas ruas e nos muros (antielitista), os *graffittis* produzidos pelas camadas pobres da população sobre os muros da cidade, as intervenções na paisagem urbana que geram estranhezas e distúrbios, a arte conceitual

linhas de fuga são "uma questão de cartografia. Elas nos compõem, assim como compõem nosso mapa. Elas se transformam e podem mesmo penetrar uma na outra. Rizoma". Esta é a explicação de Alexsandro Galeno Dantas para a expressão deleuziana “linhas de fuga”, presente no artigo intitulado *Antonin Artaud: cartógrafo do abismo*. Disponível em <http://www.eca.usp.br/nucleos/filocom/alex.html>. Acessado em 11 de julho de 2010.

(antimercadoria), os coletivos de arte, como o Imaginário Periférico⁴⁸ da Baixada Fluminense, que opera de maneira anti-individualista e antimercadológica, na sinergia de um grupo que preserva a pluralidade das manifestações artísticas efetivadas em linguagem contemporânea.

Negri e Hardt inverteram o sentido do biopoder e da biopolítica, para, conforme a análise de Pelbart, “pensarem a partir do corpo biopolítico coletivo, onde se dá a produção e a reprodução da vida, levando em conta sua nova potência” (Ibidem, 2003, ps. 83 e 84). A esse “corpo biopolítico coletivo, em seu misto de inteligência, conhecimento, afeto, desejo”, Negri e Hardt “deram o nome de *multidão*” (Ibidem, 2003, p. 84).

É pois, a multidão que pode escapar da “alienação autônoma” e tornar-se um conjunto de singularidades que operam como contrapoder, em sinergia coletiva. A exemplo dos participantes de organizações não-governamentais que constituem o Fórum Social Mundial para mostrar que *um outro mundo é possível*, rebatendo assim a tese de que o Império do capitalismo globalizado é um processo irreversível. No campo das artes, temos o exemplo do movimento *Arte contra a barbárie*, deflagrado por paulistanos ligados ao teatro e que fizeram campanha pública contra a Lei Rouanet, através de manifestos contundentes publicados na imprensa paulista, no ano de 1999.

Reproduzimos aqui um trecho do manifesto⁴⁹:

Os governos transferiram – através das leis de incentivo fiscal – a administração de dinheiro público destinado à produção cultural para as mãos das empresas. Isto é, o dinheiro público, através de renúncia fiscal, é utilizado com critérios que beneficiam interesses privados. As leis fazem com que o fomento e a difusão da cultura financiem o *marketing* das empresas. Essa política não trouxe nenhum benefício à produção em geral:

⁴⁸ O grupo Imaginário Periférico foi criado em 2003 e, conforme seu histórico na internet, se caracteriza como meio artístico natural do Rio de Janeiro. Não se prende a escolas, não distingue tendências e se libertou das galerias confinantes. A proposta dos seus integrantes coloca em questão o “meio da arte carioca”, discute se existe realmente um ponto geográfico determinante para que a arte contemporânea aconteça espontaneamente, amplia para a periferia o cenário da produção artística, atualmente centralizada e monopolizada por curadores, instituições e *marchands*. A origem e as relações criaram estreitos vínculos que, independente da carreira profissional que cada artista desenvolve, busca inserir a discussão no contexto amplo da arte. O grupo, originalmente formado pelos artistas Deneir de Souza, Jorge Duarte, Julio Sekiguchi, Raimundo Rodrigues, Ronald Duarte e Roberto Tavares, têm forte ligação com a Baixada, dando ênfase às propostas inovadoras, originais e oriundas de localidades da periferia do Rio, onde diversas pesquisas são desenvolvidas, potencializando a riqueza cultural característica da formação do Rio de Janeiro. Idealizado de início para exposições itinerantes no SESC, o Imaginário Periférico cresceu e incorporou artistas com e sem formação acadêmica, cujas obras se realizam em pinturas, esculturas, poesia, objetos, instalações, música, *performances* e materiais diversos tanto quanto são diversas as concepções que esses artistas têm do seu ofício. O grupo adota uma forma de organização em rede, descentralizada, nômade, para não se deixar capturar pelas esferas de controle. Hoje o movimento reúne 485 artistas de diferentes lugares do Rio de Janeiro e do Brasil. Disponível em: http://acervoperiferico.blogspot.com/2009_03_30_archive.html. Acessado em 11 de julho de 2010.

⁴⁹ Disponível em <http://artes.com/reflexoes/ref39.htm>. Acessado em 05/07/2010.

não barateou o preço dos ingressos, não ampliou o acesso aos bens culturais e principalmente não garantiu a produção continuada de Artes Cênicas. No plano federal, o chamado Fundo Nacional de Cultura – que foi criado para fomentar a produção artística que não se rege pela “lei de mercado”, não tem tido seus recursos utilizados para essa finalidade.

Os participantes do movimento argumentavam que o processo de patrocínio com incentivo fiscal retirava do artista o compromisso com o público, pois o retorno a que se obrigava se referia somente à empresa patrocinadora. Com isso, a qualidade artística dos espetáculos teatrais deixava de ser importante e más produções podiam ser encenadas, desde que satisfizessem às empresas patrocinadoras. Com o passar do tempo, o movimento logrou seu objetivo: conseguir recursos para o teatro originários do poder público e não mais das empresas. A prefeita Marta Suplicy atendeu aos anseios dos participantes do movimento, repassando verbas através da Secretaria Municipal de Cultura. Da mesma forma que o biopoder, quando exercido sobre a vida, cria formas de resistência e de contrapoder na própria vida, um processo análogo ocorre no campo da arte, pois os artistas sempre descobrem formas de se erguerem como contrapoder às biopolíticas de controle.

Fenômenos desse tipo somente podem ocorrer no mundo contemporâneo, em que predomina o *trabalho imaterial*, como nos advertiram Negri e Hardt. O conceito de *trabalho imaterial* é apresentado no próximo subitem deste Capítulo.

2.10 – A arte como trabalho imaterial

Novamente recorremos a Pelbart, que a nosso ver faz um bom resumo interpretativo das idéias de Negri e Hardt:

Tomemos o exemplo do trabalho contemporâneo, pós-fordista. Baseado na informação, na ciência, na comunicação, nos serviços, esse trabalho dito “imaterial”, que já não produz só sapatos e geladeiras, mas principalmente informação, conhecimento, imagens, tendencialmente tem traços singulares: ele transborda o tempo do trabalho para coincidir com o tempo de vida, confundindo tempo de produção e de reprodução. Ele depende da criatividade coletiva; tende a funcionar em rede; deriva da cooperação intelectual; instaura espaços comuns de produção. Mais e mais o trabalho produtivo aparece como atividade produtiva da multidão (e não do capital), de sua inteligência coletiva, de seu conhecimento comum, de sua paixão, afetividade, inventividade, em suma, de sua vitalidade. Nem por isso ele deixa de ser explorado e expropriado pelo capital, antes pelo contrário, o

capital encontra aí, nessa força-invenção disseminada por toda a parte, uma reserva inesgotável (PELBART, 2003, p. 84).

A produção artística e cultural, com seu poder de afetar e ser afetada, é sempre um alvo do controle pelo capital, que deseja esvaziar o potencial rebelde ou mesmo revolucionário das expressões e manifestações nesse setor. A sistemática da Lei Rouanet obriga o artista ou produtor cultural a ingressar em redes de cooperação coletiva: é preciso reunir o elaborador do projeto básico, o orçamentista, o profissional capaz de fazer o enquadramento da proposta no Ministério da Cultura (às vezes é um advogado ou um consultor especializado que assume essa tarefa), o elaborador do chamado projeto de *marketing* cultural, o captador de recursos que negocia com o executivo da empresa patrocinadora, o elenco de artistas e a equipe de técnicos que participarão do projeto, o produtor executivo, o *controller* financeiro (que depois do projeto executado fará o trabalho de prestação de contas do uso do dinheiro público), o assessor de imprensa que fará a divulgação junto aos órgãos de mídia, o gerente do espaço cultural onde tudo acontecerá, o fotógrafo ou cinegrafista que documentará as atividades e fará o *making of* que constituirá o registro e a memória do projeto, o *designer* gráfico e o *webdesigner* que criarão a estética visual dos elementos de comunicação etc. A lista pode ser bem maior, no caso de produções artísticas mais complexas. Há muita necessidade de *informação, conhecimento, imagens*, ou seja: há muita necessidade de trabalho *imaterial* – podendo a arte ser vista, ela própria, como uma força-invenção emblemática do trabalho imaterial, no sentido que Negri e Hardt dão ao termo. Assim, mesmo que estejamos assistindo a um processo de exploração e de expropriação da arte pelo capital, a vitalidade da arte é e será sempre tamanha que se torna também uma reserva inesgotável de potência da vida, que, mesmo dominada por todos os lados, como vimos pela descrição acima, também pode se erigir como um *contrapoder*.

Voltemos à análise de Pelbart, para chegar a uma importante constatação:

Resta o fato incontestável que a potência da vida da multidão, no seu misto de inteligência coletiva, afetação recíproca, produção de laço, capacidade de invenção, que é cada vez mais a fonte primordial da riqueza do próprio capitalismo, deborda a axiomática capitalística. Pois é também o lugar onde se gestam novas modalidades de insubmissão, de rede, de contágio, de inteligência coletiva, a exemplo dos engenheiros de informática que desenvolvem programas socializados gratuitamente, burlando as regras do *copyright*, ou de cientistas se rebelando contra o patenteamento das invenções pelas multinacionais. Portanto, mesmo que o poder abrace a vida como um todo, intensiva e extensivamente, no avesso dessa integralização

exaustiva aparece a potência biopolítica, a biopotência da multidão na sua desmesura (Idem, 2003, p. 84).

É nesse contexto que podemos compreender porque, ao lado dos produtores culturais submissos à lógica do capital, que trocam sua criatividade pela verba de patrocínio, espoucam as manifestações artísticas e culturais que literalmente *transbordam* do sistema: o *reggae* que agrega músicos vinculados ao uso e à apologia de uma droga ilegal como a maconha, o *funk* das periferias que difunde um comportamento sexual agressivo e fora da norma e que prolifera nas favelas, gerando seu próprio capital através de estúdios de gravação de fundo de quintal, as TVs e rádios comunitárias que não obedecem às normas do Ministério das Telecomunicações e se instauram como emissoras rebeldes (que o sistema acusa de serem *piratas*), as danças de rua que se projetam como formas de arte dos excluídos socialmente, os coletivos que reúnem artistas da classe média com artistas das camadas populares.

Por tudo isso, Pelbart chega à seguinte e importante conclusão: “é a Multidão, e não o Império, em última instância, que cria, gera e produz novas fontes de energia e de valor que o Império tenta modular, controlar, capitalizar” (Ibidem, 2003, p. 84). Isto porque “o poder do Império é apenas organizativo, não constituinte, ele parasita e vampiriza a riqueza virtual da multidão, é o seu resíduo negativo” (Ibidem, 2003, p. 84). Negri e Hardt afirmam: “o próprio Império não é uma realidade positiva” (HARDT e NEGRI, APUD PELBART, 2003, P. 84), o que, na visão de Pelbart, constitui “uma inversão que abre uma poderosa linha de escape para pensar a resistência constituinte” (Ibidem, 2003, p. 84).

Na análise de Pelbart, Negri e Hardt colocam a nu a lógica imperial pós-moderna, que, “com seu espaço liso e desterritorializante”, removeu os últimos obstáculos para “a subsunção real e total da sociedade ao capital” (Ibidem, 2003, p. 85). O Estado-Nação perdeu sua força, foi anulada a separação entre público e privado, o *bios* social foi inteiramente seqüestrado. Mas, ao mesmo tempo, realça Pelbart, essa mesma lógica “pôs a nu as sinergias de vida, os poderes virtuais da multidão, o poder ontológico da atividade dos seus corpos e mentes, a força coletiva do seu desejo, e, por conseguinte, a possibilidade real de ela reapropriar-se de sua potência” (Ibidem, 2003, p. 85).

Pelbart esforça-se para clarificar o conceito de multidão, conforme proposto por Negri e Hardt e que é motivo de muito polêmica entre pensadores acadêmicos:

Algumas palavras sobre multidão. Tradicionalmente, o termo é usado de maneira pejorativa, indicando um agregado disforme que cabe ao governante

domar e dominar. Em contrapartida, o povo é concebido como um corpo público animado por uma vontade única. Mas os autores escolhem outra perspectiva, numa tradição que por um lado remonta a Espinosa, por outro se baseia na mutação do trabalho contemporâneo. A multidão, por definição, é pura multiplicidade, ela é plural, heterogênea, centrífuga. Por conseguinte, ela é refratária à unidade política, não assina pactos com o soberano e não delega a ele direitos, seja ele um *mulá*⁵⁰ ou um *cowboy*. Ela inclina-se a formas de democracia não representativa. A multidão, na sua configuração acentrada e acéfala, é também o oposto da massa. Como bem o lembra Canetti, a massa é homogênea, compacta, contínua, unidirecional, todo o contrário da multidão: heterogênea, dispersa, complexa, multidirecional (Ibidem, 2003, p. 85).

A pergunta que fica no ar é: como a multidão pode se opor ao poder imperial? Para Pelbart, o único ponto de partida possível “é o espaço biopolítico⁵¹ (e não público) da multidão, considerado do ponto de vista do desejo, da produção, do coletivo humano em ação” (Ibidem, 2003, p. 85). Assim, Pelbart cita Negri e Hardt: “*nós* somos os senhores do mundo porque *nosso* desejo e o *nosso* trabalho o regeneram continuamente”. Em síntese:

É a multidão contra o Império, sua força irreprimível de criação de valor, seu trabalho imanente, suas modalidades de cooperação, de comunidade, mas também de êxodo, de escape, de deserção (Ibidem, 2003, p. 85).

Pelbart é consciente de que é visível a dificuldade de fazer da multidão um “operador político concreto”. Mas realça que “não é pequena sua capacidade de irrigar nosso imaginário político, sobretudo quando se explicita o enquadre teórico em que aparece” (Idem, 2003, os. 85 e 86). Assim como é a própria vida que reage ao controle biopolítico⁵² e aos esquemas maquínicos de produção de subjetividade, os artistas e produtores culturais brasileiros também reagem à sua maneira aos desvios e distorções provocadas pela Lei Rouanet, que transforma a criação artística em instrumento propagandístico de mercado e em produção de subjetividade para o consumo de produtos e serviços das empresas patrocinadoras.

As multidões rebeldes, mais ou menos conscientes, sempre haverão de existir: as manifestações culturais das periferias dos grandes centros urbanos, a arte que se quer fora dos circuitos oficiais, o movimento *Arte contra a barbárie*, a ação coletiva do Imaginário Periférico. É nessas efetivas linhas de fuga que estão vivas e ativas as possibilidades da arte como contrapoder, como biopotência contra o poder imperial.

⁵⁰ Título dos líderes religiosos de mesquitas islâmicas.

⁵¹ No sentido Negriano, não Foucaultiano.

⁵² No sentido Foucaultiano.

No próximo capítulo, veremos como os responsáveis pelas políticas públicas de cultura, no governo Lula, tentaram lidar com as falhas mais evidentes da Lei Rouanet. Eles fizeram mudanças no funcionamento desse mecanismo legal, com o objetivo de criar novas relações entre a arte e o poder público, assim como entre a arte e o capital. Como veremos, o resultado gerou intensa polêmica.

CAPÍTULO 3 – A PROPOSTA DE MUDANÇA DA LEI ROUANET, A REPERCUSSÃO NA IMPRENSA E ENTRE OS AGENTES CULTURAIS

Neste capítulo procuraremos mostrar como o processo de incentivo fiscal à cultura instaurado pela Lei Rouanet atingiu um ponto crítico, levando os próprios dirigentes do Ministério da Cultura a se empenhar na proposição de um novo dispositivo legal que pudesse corrigir as distorções na dinâmica de financiamento à produção cultural brasileira. A reação dos artistas e produtores culturais que estavam habituados ao usufruto da Lei Rouanet no Rio de Janeiro e em São Paulo, foi, no entanto, negativa, pois essa pequena casta de privilegiados não queria perder as facilidades conquistadas. A imprensa também adotou uma postura de ataque às propostas de mudança emanadas do Ministério da Cultura. Para defender os interesses do mercado de patrocínios, controlado pelas empresas, criou, como veremos a seguir, conceitos e imagens negativas das novas intenções ministeriais.

Começaremos mostrando as principais características do governo Luiz Inácio Lula da Silva, sua política econômica, sua orientação para o social e sua política externa, diferentes da era Fernando Henrique Cardoso. A nosso ver, tais características foram determinantes para os esforços de mudança na Lei Rouanet, conduzidas pelo ministro da Cultura de Lula, o cantor-compositor baiano Gilberto Gil e que foram complementadas por seu sucessor, Juca Ferreira.

Em seguida, faremos um balanço da gestão de Gilberto Gil à frente do ministério da Cultura, para mostrar os parâmetros que conduziram a política federal de cultura no decorrer de seu mandato. O ministro, além de trazer algumas inovações positivas ao setor, liderou um enfrentamento à tradição de ausência do Estado e ao autoritarismo que marcaram, historicamente, a condução do campo cultural em nosso país.

No tópico posterior, apresentaremos uma síntese, em forma de painel, de como a grande imprensa reagiu à proposta de mudança da Lei Rouanet, capitaneada por Juca Ferreira após a renúncia de Gil ao cargo de ministro. Veremos como a grande imprensa posicionou-se claramente na defesa do capital e do marketing das empresas, em nome do combate a um suposto dirigismo estatal no campo da cultura. Artigos e reportagens favoráveis também serão enfocados. Estes últimos foram escolhidos para constar nesta dissertação porque consideramos que constituem análises mais objetivas da questão, que não excluem críticas nem a abordagem dos pontos favoráveis à mudança.

No tópico seguinte, apresentaremos entrevistas, para tentar mostrar como os agentes culturais do Rio de Janeiro reagiram, em diferentes funções e áreas de trabalho, à proposta de mudança da Lei Rouanet.

O último tópico do capítulo será uma análise das estratégias utilizadas pela grande imprensa para defender o processo neoliberal de financiamento à cultura através do patrocínio empresarial e ao mesmo tempo atacar um suposto intervencionismo estatal. Como vimos no capítulo 2, Deleuze afirma que “o *marketing* é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente de nossos senhores”. Ao longo de dez anos, a Lei Rouanet possibilitou que os departamentos de marketing das empresas reinassem sobre a produção artística e cultural brasileira como a principal fonte de financiamento dos projetos e ações. Queremos então verificar porque a mudança proposta pelo Ministério da Cultura – do patrocínio empresarial para o repasse governamental direto, através dos fundos setoriais que o MinC pretende criar – incomodou tanto a imprensa, que diversas estratégias de formação de opinião (e portanto de produção de subjetividade) foram adotadas nesse processo.

3.1 – As características do governo Lula na economia e na cultura

Depois que o candidato do Partido dos Trabalhadores, Luiz Inácio Lula da Silva, venceu as eleições para a presidência da República, no ano de 2002, derrotando nas urnas José Serra do PSDB, a política brasileira sofreu diversas modificações. Em linhas gerais, pode-se dizer que ela foi orientada para a criação de um Estado forte e desenvolvimentista, bem diferente da “teoria da dependência” que marcou a gestão de Fernando Henrique Cardoso.

Embora no início de seu mandato Lula tenha preservado algumas das principais linhas da política macroeconômica encetada por Fernando Henrique Cardoso, ele fez um governo que avançou nas políticas de combate à fome e erradicação da miséria, instituindo e ampliando programas como o Fome Zero e o Bolsa Família. Além disso, Lula não praticou a política neoliberal do “Estado mínimo”. Pelo contrário, implementou a política do “Estado forte”, aumentando o número de ministérios e secretarias na esfera federal e, ao invés da “teoria da dependência” de Fernando Henrique Cardoso, que atrelava o destino dos países menos desenvolvidos às estratégias de blocos dos países mais ricos, Lula empenhou-se na criação do “Estado desenvolvimentista”, voltado para o crescimento interno, o aumento das exportações e a maior autonomia do país diante das potências estrangeiras.

Nesse processo, Lula mudou o perfil do BNDES, que passou a fornecer crédito a juros baixos para o empresariado nacional e atrelou o desempenho das grandes empresas estatais a alguns de seus objetivos sociais. A Petrobras, por exemplo, passou a fazer parte relevante do Fome Zero, injetando recursos nas comunidades de baixa renda nas áreas de influência direta de seus empreendimentos (passagem de oleodutos e gasodutos e também nas vizinhanças dos terminais portuários administrados pela empresa). Outras estatais, como Furnas, Eletrobrás e Banco do Brasil passaram a ter atuação significativa no campo da responsabilidade social. Para combater os problemas de insuficiência energética (que provocaram o *apagão* na época de Fernando Henrique Cardoso), o governo Lula investiu em infraestrutura e, através do programa *Luz para Todos*, lançado em novembro de 2003, levou eletricidade aos mais distantes rincões das áreas rurais. Para substituir importações, o governo Lula favoreceu subsídios à instalação de novas unidades industriais, com apoio do BNDES. Esse é o caso, por exemplo, da Petroquímica Suape, em Pernambuco, que começou a produzir filamentos de poliéster para eliminar a necessidade de compra de matéria-prima na China. Além disso, o governo procurou novos parceiros internacionais e ampliou as exportações do país.

Na política externa, o governo Lula não se alinhou com a política do bloco norte-americano e até lhe fez oposição, mantendo boas relações com os governos de Fidel Castro, Hugo Chávez, Evo Morales e Mahmoud Ahmadinejad do Irã. E buscou parcerias comerciais com a China e países da Europa, notadamente a França, para abrir novas linhas de desenvolvimento para o país.

Entre os aspectos negativos desse governo, dito “popular”, podem ser mencionados: o excessivo aparelhamento partidário da máquina governamental e das empresas estatais, além dos sucessivos escândalos de corrupção na Câmara (o *mensalão*), no Senado (os atos secretos, os desvios de verbas públicas) e nas empresas estatais (as propinas e as licitações superfaturadas). Também não pode deixar de ser mencionada a impunidade de diversos grandes empresários flagrados pela Polícia Federal em negócios espúrios.

Hoje (dezembro de 2010), ao final de seu mandato, o governo Lula ostenta números favoráveis, como a retirada de 30 milhões de brasileiros da linha de pobreza, o fim da fome no país (a ponto da ONG Ação da Cidadania, que foi criada pelo sociólogo Betinho para despertar a consciência nacional para o combate à fome, ter mudado seu perfil de atuação, enfatizando hoje a educação e a cultura), o superávit na balança comercial, a moeda forte, um

bom volume de exportações e o pagamento da dívida ao Fundo Monetário Internacional (hoje o Brasil até já empresta dinheiro ao Fundo).

Voltando ao início de seu governo: Lula convidou o cantor-compositor baiano Gilberto Gil para ser o ministro da Cultura. Assim que assumiu o cargo, Gil prometeu fazer no país um “Do-in cultural”. Como o Do-in é uma técnica chinesa de massagem dos pontos do corpo humano que ficam nos meridianos utilizados pela acupuntura, com o objetivo de reestabelecer o equilíbrio do organismo através do desbloqueio do fluxo da energia que os chineses chamam de *Chi*, parece que Gil estava se referindo ao trabalho de promover uma melhor distribuição dos recursos para a cultura, principalmente para as regiões menos favorecidas, como o Norte e o Nordeste.

No início de seu mandato, Gil promoveu diversas reuniões em diferentes estados da Federação, com representantes dos diversos segmentos de produção cultural, para levantar as demandas setoriais e traçar a política nacional com base nas propostas e sugestões dos artistas, produtores e dirigentes públicos de cultura. Gil foi o primeiro ministro da Cultura a buscar um diálogo com as bases da produção cultural do país – em contraste com Francisco Weffort, ministro da Cultura na gestão de Fernando Henrique Cardoso, que preferia reunir-se com empresários para incentivá-los a patrocinar os projetos previamente enquadrados na Lei Rouanet.

Em sua gestão, Gil também fortaleceu o segmento da cultura afrobrasileira, através da Fundação Palmares, valorizou a cultura popular através da criação dos *Pontos de Cultura*⁵³ e defendeu as possibilidades do processo *Creative Commons*⁵⁴, que possibilita o trabalho artístico cooperativo sem a trava dos direitos patrimoniais.

⁵³ Os Pontos de Cultura são iniciativas culturais desenvolvidas pela sociedade civil potencializadas pelo Governo Federal, através do Programa Mais Cultura, em conjunto com o Governo Estadual. Nos estados, as Secretarias de Estado de Cultura, em parceria com o Ministério da Cultura, liberaram recursos para cada um dos projetos culturais selecionados. Os recursos podem ser utilizados para a realização de cursos e oficinas, produção de espetáculos e eventos culturais, ou compra de equipamentos, entre outros. Os projetos selecionados têm priorizado expressões das periferias urbanas, cultura quilombola e afrobrasileira em geral, além da cultura indígena. Cada Ponto de Cultura recebe R\$ 180 mil, em três parcelas, durante três anos consecutivos. Segundo dados do Ministério da Cultura, existem atualmente 650 Pontos de cultura em todo o país.

⁵⁴ Trata-se de uma nova legislação de direitos autorais, iniciada nos Estados Unidos pelo professor Lawrence Lessig, da Universidade de Stanford, que abre caminho para uma produção cultural não patrimonialista e sem os entraves causados por direitos autorais, possibilitando a livre utilização da obra de um artista por outro artista, desde que previamente liberada pelo seu criador. Lawrence Lessig, também conhecido como Larry Lessig (Rapid City, 3 de Junho de 1961) é escritor norte-americano, professor na faculdade de direito de Stanford e um dos maiores defensores da Internet livre, do direito à distribuição de bens culturais, à produção de trabalhos derivados (criminalizadas pelas leis atuais), e do *fair use* (*uso justo*, ou *uso razoável* de uma obra protegida por direitos autorais). Lawrence Lessig defende que a cultura seria mais rica se as leis que regulam os direitos autorais fossem mais flexíveis.

Enquanto os ministros da Cultura anteriores debateram-se com a contínua falta de verbas federais para a pasta (pois o ministério da Cultura sempre teve menos de 1% do orçamento da União), Gilberto Gil obteve recursos extras nas empresas estatais brasileiras. Essa conquista possibilitou, por exemplo, a realização dos inúmeros eventos e *shows* musicais ligados ao Ano do Brasil na França, além do financiamento de passagens aéreas para artistas nacionais que se apresentaram no exterior.

Ao longo de sua gestão, Gilberto Gil sempre sinalizou insatisfação com o funcionamento da Lei Rouanet. Uma de suas preocupações foi a de levar para os artistas e produtores culturais uma parte do dinheiro que as grandes empresas aplicavam em patrocínios culturais de projetos emanados de suas próprias Fundações ou Institutos (exemplos: a Fundação Nestlé, a Fundação Kellogs, o Instituto Itaú Cultural, o Instituto Unibanco e o Instituto Souza Cruz). O ministro chegou a elaborar uma Portaria limitando em 15% do valor aplicável em patrocínios culturais, que as grandes empresas repassavam para as entidades que elas mesmas criaram e das quais eram mantenedoras. Mas Gil recuou dessa intenção, por motivos que não se tornaram públicos, mas possivelmente devido ao receio de uma reação desproporcional das grandes empresas.

Na gestão de Gilberto Gil, o Ministério da Cultura também instituiu novas normas para o uso da Lei Rouanet, numa perspectiva de ampliação do acesso da população aos bens culturais. Uma portaria datada de dezembro de 2008, por exemplo, estabeleceu que “os projetos culturais deverão conter alternativas para a ampliação do acesso da população aos bens culturais, a título de contrapartida”. No caso de não haver previsão por parte do proponente, cabe à própria CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura) definir “as formas de acesso” de que tratava este critério. Outra norma relevante – “a apresentação de carta de intenção de patrocínio não priorizará ou agilizará a tramitação do projeto” – esvaziou uma prática que dava vantagens a pequenos grupos privilegiados, que haviam construído laços estreitos com empresas patrocinadoras.

Essa mesma portaria proibiu a mudança de proponente após o início efetivo da captação de recursos de patrocínio, limitando a transformação do patrocínio cultural em negócios de ocasião. O uso da figura do agenciador, o profissional que intermediava a captação do patrocínio nas empresas para os produtores culturais também passou a ser restringido, pela seguinte norma:

- Não será autorizado o custeio de atividades relacionadas ao pagamento do agenciamento, nos seguintes casos:
- projetos com patrocínio vinculado;
- projetos ou planos anuais de instituições vinculadas ao patrocinador;
- projetos aprovados em programas de patrocínio.

Desta forma, quando uma grande empresa patrocinava sua própria entidade cultural, investindo o dinheiro do patrocínio em casa, a verba do agenciamento (10% de comissão sobre o valor do projeto) passou a ser, justificadamente e por motivos óbvios, proibida.

Essa portaria saneadora também impediu os supercachês, estabelecendo como limites para pagamentos de cachês artísticos, com recursos incentivados, os seguintes tetos: no máximo, R\$ 30.000,00 para artista solo, R\$ 60.000,00 para grupos artísticos e, no caso de orquestras R\$ 1.500,00 por músico e R\$ 30.000,00 para o maestro.

Outra norma importante tratou de dar uma solução para as verbas que iam para o *limbo*. Em muitos casos, o produtor cultural conseguia captar algumas verbas de patrocínio, mas não o suficiente para realizar o projeto cultural proposto. Duas normas retificaram esse tipo de situação:

Projetos que, no prazo de vinte e quatro meses, não tenham captado 20% (vinte por cento) do valor aprovado, não poderão ser prorrogados e os recursos deverão ser recolhidos ao Fundo Nacional de Cultura. Serão prorrogados, a pedido, por mais doze meses, os projetos com até dois anos de aprovação que possuam valor captado igual ou superior a 20% (vinte por cento). Terminado este prazo e não havendo captação suficiente para realização do projeto, os recursos deverão ser recolhidos ao Fundo Nacional da Cultura.

Esta portaria normativa também limitou os gastos de cunho *celebratório*, para sinalizar que o objetivo da lei é a produção cultural e não a produção de festas: “Não serão admitidas despesas para realização de recepção, festas, coquetéis, serviços de bufê e outros similares, em atendimento ao disposto no Acórdão 1155/2003, do Tribunal de Contas da União (TCU)”.

A gestão de Gilberto Gil, diferentemente das propostas marcadamente neoliberais dos governos anteriores, se caracterizou pela valorização da cultura popular e das manifestações afro-brasileiras e pelos esforços de ampliação do acesso da população aos bens culturais. Ao longo de seu mandato, foi maior o apoio às viagens de artistas brasileiros para apresentações no exterior – através de verbas do Fundo Nacional de Cultura, alimentado com recursos extras captados nas empresas estatais, com ênfase nos eventos do Ano do Brasil na França. Gil

consolidou, ainda, pela inclusão de contrapartidas sociais e fatores de acessibilidade para portadores de deficiência no processo da Lei Rouanet e buscou formas de diminuir a concentração de recursos financeira no eixo Rio/São Paulo.

3.2 – Um balanço da gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura

A nossa análise da atuação de Gil coincidirá com o estudo *Cultura: enfrentando tradições e limites*⁵⁵, do professor Antonio Albino Canelas Rubim, professor da UFBA – Universidade Federal da Bahia. Ele é coordenador do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Cult), pesquisador do CNPq e há anos vem pesquisando as políticas públicas de cultura em nosso país. A epígrafe do estudo, assinada por Jorge Furtado, é instigante: “*fazer política é expandir sempre as fronteiras do possível; fazer cultura é combater sempre nas fronteiras do impossível*”. E, já no lide que inaugura o texto, pode-se ler uma relevante constatação:

O balanço da atuação do Ministério da Cultura no governo Lula mostra que foi abandonada a visão elitista e discriminadora, assim como alcançada a democratização da cultura, ao serem acionados a sociedade civil e os agentes culturais. Mas há ainda algumas questões a enfrentar, como a continuidade de uma reforma administrativa e o financiamento da produção (RUBIM, 2007).

Em sua avaliação das políticas culturais do presidente Lula e do ministro Gilberto Gil, Rubim realça que houve um “enfrentamento das três tristes tradições das políticas culturais no Brasil – a ausência, o autoritarismo e a instabilidade” (Idem, 2007). Acrescenta o autor baiano que não ocorreu tão-somente “uma análise crítica do governo FHC e sua gestão da área, que, por certo, realizaram em plenitude aquelas tristes tradições”. Para Rubim, Gil privilegiou dois temas que batiam de frente com a tradição da ausência. Em uma perspectiva, “ênfaticamente o papel ativo do Estado na formulação e implementação de políticas de cultura” (Ibidem, 2007). Assim, Gil “teceu uma poética relação entre políticas culturais e

⁵⁵ Disponível em <http://www.fpabramo.org.br/o-que-fazemos/editora/teoria-e-debate/edicoes-anteriores/cultura-enfrentando-tradicoes-e-limites>. Acessado em 20/11/2010. O estudo também foi publicado na revista Teoria e debate, da Fundação Perseu Abramo (N.º 74, novembro/dezembro de 2007).

cultura”, já que, para o artista ministro, “formular políticas culturais é fazer cultura” (GIL, 2003, p.11, APUD RUBIM, 2007).

Em outra perspectiva, complementar à anterior, observa Rubim que os discursos de Gil fizeram uma crítica contundente e continuada da gestão Francisco Weffort, sobretudo “naquilo que ela significou a expressão maior da nova modalidade de ausência do Estado: sua submissão ao mercado, através das leis de incentivo” (GIL, 2003, APUD RUBIM, 2007).

Na visão do professor baiano, o papel ativo do Estado na gestão de Gil “se concretizou em inúmeras áreas culturais”, tendo como marca “a abrangência” (RUBIM, 2007). Além disso, o novo papel do Estado “se fez em conexão com a sociedade”, já que Gil várias vezes teria afirmado que o “público do Ministério da Cultura não eram apenas os criadores e produtores culturais, mas a sociedade brasileira” (Idem, 2007). Nesse cenário, o diálogo com a sociedade teria dado “substância ao caráter ativo”, abrindo veredas para enfrentar outro desafio: “o autoritarismo”, ou seja, “formular e implementar políticas culturais em circunstâncias democráticas” (Ibidem, 2007).

Um aspecto positivo da gestão de Gil teria sido a “assimilação da noção ‘antropológica’”, que permitiu que o ministério deixasse de estar circunscrito “à cultura culta (erudita)”, podendo abrir suas fronteiras para outras modalidades de cultura. Em alguns casos, observa Rubim, a atuação do MinC passou mesmo a ser “inauguradora”, a exemplo “da atenção e do apoio às culturas indígenas” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2006, APUD RUBIM, 2007). Em outros, se não foi inaugural, sem dúvida revelou “um diferencial de investimento em relação às situações anteriores”. Nas palavras de Rubim:

É o que acontece nas culturas populares, de afirmação sexual, na digital e mesmo na midiática audiovisual. São exemplos força dessa atuação: a tentativa de transformar a Ancine em Ancinav; o projeto DOC-TV, que associa o ministério à rede pública de televisão para produzir documentários em todo o país; o edital para jogos eletrônicos; os apoios à Parada Gay; a construção da TV pública etc. (RUBIM, 2007).

Tal atuação teria significado “não só o abandono de uma visão elitista e discriminadora, mas um contraponto ao autoritarismo e a busca da democratização da cultura” (Idem, 2007). A “intensa opção por construir políticas públicas, porque em debate com a sociedade”, teria sido outra marca da gestão Gil:

Assim, proliferam os seminários; as câmaras setoriais; as conferências, culminando inclusive na Conferência Nacional de Cultura. O desafio de construir políticas de cultura em um ambiente democrático não é enfrentado de qualquer modo, mas por meio do acionamento da sociedade civil e dos agentes culturais (Ibidem, 2007).

Para Rubim, Gil tentou “oferecer ao campo cultural políticas nacionais mais permanentes”. Nessa perspectiva, os investimentos ainda iniciais do ministério “na área da economia da cultura e da economia criativa e sua ação com o IBGE, ao produzir séries de informações culturais”, adquiriram “notável funcionalidade” e já apresentara “seus primeiros resultados” (IBGE, 2006, APUD RUBIM, 2007).

Para o estudioso baiano, dois importantes movimentos do MinC sob o comando de Gil – a implantação e o desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e do Plano Nacional de Cultura (PNC) – realizados “em parceria com estados, municípios e sociedade civil”, foram medidas vitais “para a consolidação de estruturas e de políticas, pactuadas e complementares, que viabilizem a existência e persistência de programas culturais de médio e longo prazo, não submetidas às intempéries conjunturais” (Idem, 2007).

A aprovação pelo Congresso Nacional da Emenda Constitucional nº 48/2005, que determinou a criação, por lei, de um Plano Nacional de Cultura e a subsequente elaboração do referido Plano foi um acontecimento que despontou, conforme Rubim, “como outro fator favorável à superação da tradição de instabilidade e descontinuidade que tem dilacerado a atuação no campo da cultura” (Ibidem, 2007).

Nessa dinâmica, a “institucionalização do ministério” se teria consolidado “com sua atuação cada vez mais nacional, por meio de inúmeros projetos, com destaque para os Pontos de Cultura, que já atingiram mais de quinhentos em todo o país” (Ibidem, 2007). Igualmente fundamental foi a conquista da ampliação do orçamento do MinC (de R\$ 289 milhões em 2002 para R\$ 513 milhões em 2005), ainda que isso não tenha atendido à meta do ministro Gil, que era de 1% para o orçamento nacional de cultura. Na análise de Rubim, a permanência do ministro no segundo mandato do presidente Lula pode ser interpretada “como compromisso com a continuidade das políticas empreendidas” (Ibidem, 2007).

Os limites da política de Lula e Gil para a cultura também foram abordados por Rubim. Segundo ele, “um dos aspectos mais positivos na avaliação da gestão Lula/Gil na cultura é a abrangência assumida como meta pelo Ministério da Cultura” (Ibidem, 2007). Essa amplitude teria representado “um enorme desafio de continuidade”, que exige “consolidação e acolhimento de novos horizontes” (Ibidem, 2007). Os obstáculos seriam: a necessidade de um

esforço teórico para “delimitar com mais rigor o campo de atuação do ministério”. Com propriedade, observa Rubim que o conceito antropológico abraçado pelo MinC, “se acerta ao reconhecer que todo indivíduo produz cultura”, cria “dificuldades para a efetiva formulação de políticas culturais e para o próprio delineamento institucional do ministério”.

Outras ações necessárias, para o autor baiano: uma reforma administrativa do MinC e sua expansão na área internacional. Além disso, “os interessantes canais de participação da sociedade civil e dos artistas precisam ser avaliados e consolidados, inclusive institucionalmente” (Ibidem, 2007). Nessa perspectiva, as “câmaras setoriais, os seminários, as conferências, a Conferência Nacional de Cultura assumem lugar de destaque” (Ibidem, 2007).

Se o MinC deseja abrangência nacional em sua atuação, então precisa, obviamente, promover uma desconcentração de seus equipamentos, porque, como bem realçou Rubim, a concentração atual “continua a ser um grave problema, porque ela age ativamente contra essa distribuição mais equitativa de recursos humanos, materiais e financeiros, com repercussões inevitáveis e indesejáveis na democratização da cultura” (Ibidem, 2007).

Por fim, o professor Rubim chega ao cerne da questão que nos interessa no âmbito desta dissertação: o “enfrentamento inevitável” da “questão do financiamento”. Nas palavras do professor da UFBA:

Desde a perversa instalação das leis de incentivo, que penetraram e contaminaram toda a arquitetura institucional da cultura, em seus diferentes patamares, existem enormes problemas nesse registro. As leis de incentivo, ao ganharem tamanho protagonismo, parecem esgotar o tema das políticas de financiamento da cultura, quando não das próprias políticas culturais. Elas agredem a democracia, ao introduzir uma enorme distorção no poder de decisão do Estado e do mercado no uso das verbas públicas. Apesar dos avanços inegáveis, com a instituição de uma política de editais para a área no ministério (Fundo Nacional de Cultura) e nas empresas estatais, o tema ainda demanda um grande esforço para superar a lógica neoliberal que entronizou o mercado como o poder de decisão acerca da cultura brasileira. A ausência de uma política de financiamento em plenitude corrói iniciativas do ministério, inclusive aquela primordial de fazer o Estado assumir um papel mais ativo na cultura (RUBIM, 2007).

Nesse panorama, Rubim é favorável à retomada do poder decisório na concessão de verbas pelo governo:

A conquista do mínimo de 1% do Orçamento e o aumento dos recursos para a área devem estar associados à construção institucional de uma política de financiamento, submetida à política pública e nacional de cultura. Ela deve garantir: papel ativo e poder de decisão do Estado sobre as verbas públicas; mecanismos simplificados de acesso aos recursos; instâncias democráticas de deliberação acerca dos financiamentos; distribuição justa dos recursos, considerando as regiões, os segmentos sociais e a variedade de áreas culturais; modalidades diferenciadas de financiamento em sintonia com os tipos distintos de articulação entre cultura e mercado (Idem, 2007).

Enfim, para Antonio Albino Canela Rubim, o grande desafio a ser enfrentado pode ser condensado “na construção de uma política de Estado de cultura – nacional e pública –, consubstanciada em um documento que represente a superação democrática da enorme falta que durante tantos anos tal política fez e ainda faz” (Ibidem, 2007). Conclusão: “a democracia brasileira está a exigir para sua consolidação a ampliação dos direitos e da cidadania culturais em nosso país” (Ibidem, 2007).

No que diz respeito à intenção de mudar a dinâmica de funcionamento da Lei Rouanet, pode-se afirmar que não houve impulsividade nem voluntarismo político da parte de Gil, mas sim a constatação de que o processo de incentivos fiscais possuía graves distorções econômicas e sociais. Foi somente após encomendar um detalhado estudo do IPEA sobre a participação das empresas na Lei Rouanet, já referenciado no Capítulo 2 desta dissertação, que Gilberto Gil pôde comprovar que as empresas se concentraram quase que exclusivamente nos projetos que ofereciam 100% de incentivos fiscais, deixando de injetar recursos próprios nos patrocínios. A situação chegou a um ponto crítico e Gil e sua equipe tomaram a decisão de modificar a Lei Rouanet. Começou então uma longa polêmica, marcada pela reação adversa da grande imprensa e dos produtores culturais acostumados aos benefícios da lei e pelo incentivo positivo dos artistas e pequenos produtores que encontravam dificuldades para conseguir patrocínio nas empresas, porque não conseguiam (ou não sabiam como) se adequar aos critérios de marketing que dominam o processo de decisão dos empresários patrocinadores. Mas Gil não vivenciou essas tensões, pois renunciou ao cargo de ministro da Cultura para retomar sua carreira artística, antes que a lei fosse modificada.

3.3 – A reação inicial da mídia à proposta de mudança da Lei Rouanet

Como Gilberto Gil não conseguiu materializar a mudança da Lei Rouanet, a tarefa foi repassada para seu sucessor, Juca Ferreira. O novo ministro, democraticamente, promoveu

uma reunião em cada uma das cinco Regiões do país, para explicar as causas e os objetivos das mudanças pretendidas, em reuniões com dirigentes públicos de cultura e demais representantes da classe artística e cultural.

Baseado em estudos que o próprio ministério da Cultura havia encomendado ao IPEA, Juca Ferreira pretendeu justificar as mudanças com três argumentos principais:

a) As empresas patrocinadoras, nos últimos anos, haviam optado por patrocinar, preferencialmente, projetos com 100% de incentivos fiscais, deixando de aportar recursos próprios no processo. Ou seja, apenas dinheiro público vinha sendo usado pelas empresas, levando o ministério a considerar a possibilidade de devolver ao poder público federal o papel de financiar a produção cultural, mediante a criação de fundos setoriais de cultura – e isso sem extinguir o mecanismo de Mecenato da Lei Rouanet. Esses fundos, na nova concepção ministerial, seriam gerenciados por comissões paritárias, formadas por representantes do poder público e da sociedade civil, que avaliariam os projetos aptos a receber recursos públicos;

b) Para que as empresas patrocinadoras voltassem a investir recursos próprios na produção cultural, seria necessário reescalonar os percentuais de incentivo fiscal – que passariam a ser concedidos na faixa entre 60% e 100%, de modo a obter mais recursos de contrapartida empresarial;

c) A dinâmica de patrocínios ficou excessivamente concentrada no eixo Rio/São Paulo, deixando as demais regiões brasileiras praticamente sem patrocínios;

Num primeiríssimo momento, jornais da grande mídia apenas divulgaram a intenção de mudança da Lei Rouanet, apresentando os motivos concretos publicamente divulgados pelo novo ministro, Juca Ferreira. Por exemplo: em matéria gerada na sua Sucursal de Brasília, a *Folha de S. Paulo* publicou no dia 20 de março de 2009 a matéria intitulada *Proposta da nova Lei Rouanet estimula projetos menores*⁵⁶, que revelava exclusivamente as boas intenções do ministério, sem muitos questionamentos.

O início da matéria resumiu bem a questão: “Com o objetivo de estimular o patrocínio a projetos culturais menores, de caráter regional e a preços mais acessíveis, o Ministério da Cultura vai propor alterações na Lei Rouanet, principal mecanismo de financiamento do setor no país” (Idem). Os objetivos do MinC também foram claramente apresentados: “O novo

⁵⁶ A matéria foi obtida na *Folha Online*.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u537763.shtml>. Acesso em 07/04/2009.

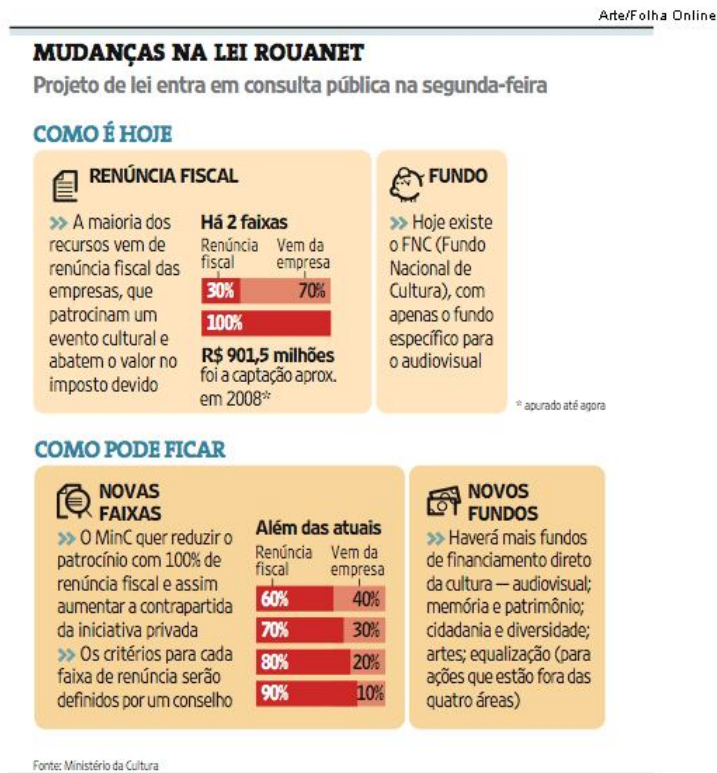
projeto visa evitar que empresas continuem deduzindo do Imposto de Renda 100% do valor destinado a projetos culturais” (Ibidem).

A matéria também informou o caráter participativo da nova proposta, pois o MinC procurou debater a questão com toda a sociedade brasileira: “O texto será disponibilizado para consulta e debate na próxima segunda, pelo *site* www.cultura.gov.br” (Ibidem).

Outras informações relevantes foram prestadas:

Hoje existem apenas duas faixas de renúncia fiscal, de 30% ou 100%. Pela proposta, haverá um escalonamento maior – o MinC criará outras quatro faixas: 60%, 70%, 80% e 90%. Os critérios para o uso dos impostos serão estabelecidos por um conselho, composto por governo e sociedade, de forma paritária, correspondente à atual CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura) / (Ibidem).

As duas situações da Lei Rouanet (a anterior e a potencial, no futuro) foram apresentadas numa ilustração elaborada pelo Departamento de Arte:



Fonte: Ministério da Cultura, APUD Folha Online
Figura 12 - Reprodução de arte da *Folha Online* sobre as mudanças na Lei Rouanet

Demonstrando que o processo um tanto complexo da Lei Rouanet ainda é desconhecido por muitos brasileiros, inclusive pela imprensa, essa matéria da *Folha* apresentou dois erros. Um deles foi afirmar que uma das renúncias fiscais é de 30%. A faixa correta é de 67% de incentivo, cabendo à empresa patrocinadora cobrir os 33% restantes do valor do projeto com recursos próprios.

O outro erro estava na sequência da matéria:

Atualmente, a comissão apenas aprova ou não um projeto, sem interferir na faixa de renúncia, definida conforme a atividade – por exemplo, em um projeto de música erudita, 100% do valor patrocinado é deduzido do imposto pela empresa; em música popular, 30% são abatidos em imposto, e a empresa desembolsa 70% (Ibidem).

De fato, pelo regime anterior da lei, a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura aprova ou não um projeto, sem interferir na faixa de renúncia. E o segmento de música erudita permite, efetivamente, 100% de renúncia fiscal. Mas o segmento de música popular permite o abatimento de 67% do valor do projeto no imposto de renda, como foi mencionado acima, cabendo à empresa aplicar 33% de recursos próprios. Mesmo arredondando os percentuais para 70 e 30%, o que a lei permite é o contrário do afirmado na matéria da *Folha*: o percentual maior é que é abatido do imposto, não o menor.

A reportagem da *Folha* prossegue explicando que caberá ao novo conselho paritário “definir a cada ano os critérios da renúncia, relacionando-os com cada faixa” (Ibidem). Em seguida, um ponto crítico foi levantado: “Embora o projeto de lei não esclareça esses critérios, o próprio ministro da Cultura, Juca Ferreira, tem afirmado que os requisitos são econômicos” (Ibidem). Na ânsia de diminuir o número de patrocínios com 100% de incentivo, ao qual as empresas ficaram acostumadas, o MinC neste ponto abriu a brecha para as críticas que começaram a circular, de “dirigismo do setor cultural” e de “subjetividade no processo de avaliação dos projetos”. Tais críticos se esqueceram que o *dirigismo* das empresas patrocinadoras, subordinando a produção artística e cultural a seus interesses de marketing, transforma a produção cultural em simples objeto mercadológico, muito mais do que uma ação governamental em favor de um projeto de música regional a ser realizado no interior do país, apenas para dar um exemplo.

A outra crítica é simplesmente falaciosa, pois a avaliação exclusivamente técnica e objetiva é uma ilusão: muitos projetos não foram enquadrados na Lei Rouanet porque os

pareceristas que analisam os projetos antes da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura, na sua interpretação subjetiva, não viram neles méritos culturais suficientes ou os consideraram fora das normas da legislação. Por exemplo: alguns projetos, que por sua natureza eram mais educacionais ou mais ligados à educação ambiental, foram aprovados; outros não, pelo mesmo motivo: porque não eram exatamente culturais, mas sim educacionais ou ambientais.

Voltando à matéria da *Folha*: ela também informou que a mudança pretendida na Lei Rouanet passaria a dar mais importância a questões como acessibilidade do público e preço do ingresso. E assim veio à luz que “o critério para estabelecer o percentual de renúncia deve obedecer à seguinte lógica: quanto mais dinheiro público tiver o projeto, mais acesso deverá dar ao público” (Ibidem). Uma frase do próprio ministro ficou registrada na matéria:

“Uma atividade que não incorpore mais acessibilidade terá dificuldade para ser aprovada. Toda vez que tiver dinheiro público, tem que ter benefício público, ou não se justifica”, disse Ferreira, ao ser questionado pela *Folha* sobre as mudanças da Lei Rouanet (Ibidem).

Em seguida, o jornal esclarece que “os novos critérios tentam acabar com uma das maiores críticas do setor cultural: a concentração dos recursos entre um grupo restritíssimo, que acaba sendo beneficiado por ter mais apelo de *marketing*” (Ibidem). E foi dada voz ao ministro, que exemplificou bem o problema:

“A Rouanet, pelo mecanismo da renúncia fiscal, acaba financiando só atividades que possam dar retorno de imagem ao empresário. O Parque Nacional da Serra da Capivara não recebe recursos porque, segundo palavras de um diretor de *marketing*, ninguém quer enterrar dinheiro no interior do Piauí”, exemplificou o ministro (Ibidem).

Pequenina mas com grande poder de síntese, a matéria da *Folha* foi concluída com a informação de como o Ministério da Cultura pretendia agir através dos fundos que seriam criados para diminuir a participação das gerências de marketing das empresas no processo de financiamento da produção cultural brasileira:

Outro mecanismo importante será o Fundo Nacional de Cultura. O fundo contará com recursos do Tesouro Nacional, mas o montante ainda não foi definido. Também haverá fundos setoriais de financiamento direto da cultura. Além do audiovisual, que já existe, serão criados o de memória e patrimônio, o de cidadania e diversidade, o de artes e o de equalização (para ações que estão fora das quatro áreas) / (Ibidem).

Porém, se houve alguma *lua de mel* entre a proposta de mudança da Lei Rouanet e a grande mídia, ela foi de curta duração. As críticas não demoraram a surgir e o ministro foi bastante hostilizado pelos dirigentes e produtores culturais que não queriam perder os privilégios conquistados com o antigo sistema da Lei Rouanet.

A primeira das reuniões regionais promovidas pelo ministro, na época interino no cargo, aconteceu em São Paulo, em abril de 2009. Tratava-se de território gerenciado por adversários políticos do governo: o governador era José Serra, do PSDB; o prefeito era Gilberto Kassab, do DEM. Algumas personalidades da cena cultural paulista compareceram à reunião apenas para contestar o ministro e defender os privilégios econômicos conquistados pelos paulistas. A atmosfera do encontro foi marcadamente hostil ao ministro e os principais ataques à sua proposição de mudança na Lei Rouanet partiram do então secretário estadual de Cultura de São Paulo, o economista João Sayad.

Segundo noticiou o jornal *Folha de S. Paulo*, inclusive na sua versão *online*, Sayad contestou o ministro afirmando que o MinC deveria ter mais recursos para financiar a cultura – um orçamento na casa dos R\$ 5 bilhões, e não apenas os R\$ 800 milhões anuais de que dispunha naquele momento:

Em sua exposição, o ministro da Cultura, Juca Ferreira, defendeu a mudança da Lei Rouanet dizendo que o atual formato privilegia projetos atraentes à iniciativa privada. Conforme ele, “há preferência sobre quem já é consagrado e conhecido”. Ferreira disse que, pelo mecanismo da renúncia fiscal – que responde por 80% dos projetos financiados pelo ministério – a avaliação dos projetos fica a cargo das empresas, o que, segundo ele, atende um público que tem maior poder aquisitivo ou regiões mais ricas. A proposta prevê a criação de fundos para áreas culturais específicas, em que os recursos seriam repassados para projetos menores, passando por uma avaliação de uma comissão, com formação paritária entre integrantes do governo e da sociedade civil. (FOLHA ONLINE⁵⁷).

O jornal enfatizou a reação de João Sayad, já no título da matéria: “Ministério da Cultura tem orçamento insuficiente, diz secretário”. O lide completava o apoio do jornal ao economista: “O secretário da Cultura do governo do Estado de São Paulo, João Sayad, criticou nesta quinta-feira a proposta do Ministério da Cultura de mudar a Lei Rouanet, dizendo que o principal desafio para o órgão atualmente é aumentar seu orçamento”. No corpo da matéria, outras críticas de Sayad à proposta de Juca Ferreira. Uma delas: “O

⁵⁷ <http://www.jusbrasil.com.br/politica/2206463/ministerio-da-cultura-tem-orcamento-insuficiente-diz-secretario>. Acesso em 12 de abril de 2009.

secretário criticou a proposta do governo, argumentando que ela não necessariamente acaba com a concentração dos recursos na área de cultura”. E a outra, logo após a exposição de Ferreira sobre a intenção de criar os fundos setoriais para diminuir o poder das empresas, no campo da decisão sobre quais projetos devem ou não ser patrocinados: “Sayad, no entanto, argumentou que, com a nova lei, aumenta o poder de decisão do governo sobre as atividades culturais. Ele defendeu a pluralidade de pessoas que decidem a alocação de recursos para a cultura”.

A partir dessa crítica, foi criado um dos principais motes para atacar a proposta de mudança da lei: a de acusar o governo de querer *estatizar* a cultura, de forma *dirigista*, argumento que foi adotado por outros órgãos de imprensa, como veremos a seguir.

Sayad também criticou o momento escolhido pelo ministério da Cultura para propor uma mudança na Lei Rouanet, às vésperas da crise financeira internacional, provocada pela explosão da chamada *bolha imobiliária* nos Estados Unidos. Essa crítica também foi veiculada pela *Folha de S. Paulo*, no dia 4 de abril de 2009:

“No momento em que temos expectativa de redução brutal do lucro das empresas, vamos adicionar uma incerteza a um setor com uma infinidade de pessoas? Elas vão ter que, além de viver a crise, viver uma mudança não conhecida na Lei Rouanet? Discordamos do projeto de lei. Achamos que é dirigista. Discordamos sobre a oportunidade e discordamos da estratégia [do MinC] para a cultura”, afirmou Sayad.

O jornal publicou também a resposta do ministro:

A aura de insegurança que toma parte do setor cultural em relação ao projeto não escapou ao ministro. “É o velho medo. Nada de medo. Diante do medo, devemos ter compaixão e solidariedade. Mas, diante da mistificação para gerar medo, não tenho nenhum respeito”. Para reduzir temores de que a reforma leve à redução de recursos para os produtores culturais e ao aumento do financiamento de projetos governamentais, o ministro se comprometeu a alterar o projeto: “Vamos deixar claro que, através do Fundo [Nacional de Cultura] não haverá captação nem para o governo federal, nem os estaduais, nem os municipais. Vamos nos comprometer agora com isso”.

Quanto à acusação de dirigismo, Juca Ferreira deu uma resposta que foi divulgada pelo mesmo jornal, em matéria intitulada *Juca Ferreira e João Sayad polarizam debate*:

Na segunda etapa [do funcionamento da lei] tem dirigismo. Quem, em última instância, define o que é meritório para receber esses recursos são os

departamentos de marketing das empresas. O estado faz dirigismo. E o mercado faz dirigismo. Basta que a sociedade permita que o Estado faça dirigismo e o mercado faça dirigismo (FOLHA DE S. PAULO, 4/4/2009).

Quatro dias depois dessa primeira matéria, mais informativa, a *Folha Ilustrada* voltava ao tema, com reportagem de Larissa Guimarães, com o seguinte título: “MinC quer aumentar controle na Lei Rouanet⁵⁸”. E logo na primeira frase do texto: “O governo pretende ter mais controle sobre os critérios que irão nortear a aprovação de projetos culturais a partir da nova Lei Rouanet”.

Começava assim uma campanha contra a modificação da lei, calcada em críticas a um suposto maior controle governamental, que, como veremos a seguir, não demorou a ser sintetizada na expressão *dirigismo estatal*, que tem ressonâncias vinculadas a regimes totalitários, como o da antiga União Soviética. Em resumo, começou uma guerra de informação e contra-informação sobre as intenções do ministério ao propor a mudança.

Em reportagem publicada no dia 4 de abril de 2009⁵⁹, assinada por Aduari Antunes Barbosa, outro veículo da grande imprensa – o jornal *O Globo* – apoiou as críticas feitas em São Paulo ao ministro Juca Ferreira e aderiu ao bloco contrário às reformas na Lei Rouanet. Após mencionar alguns dos argumentos do ministro em favor da mudança na legislação de incentivo à cultura, a matéria de *O Globo* finalizava somente com as críticas feitas ao ministro na ocasião (e, como é de conhecimento geral, o conteúdo do final de uma matéria jornalística é o que tende a permanecer na memória do leitor). O primeiro a ser mencionado foi o economista João Sayad, secretário de Estado de Cultura de São Paulo, em sua defesa calorosa do patrocínio privado:

O que nós conseguimos até agora é, no plano federal, os R\$ 800 milhões do orçamento de R\$ 1 bilhão. É dinheiro público, sim. Isso não diminui, não muda nada a natureza. Mas a decisão sobre esse dinheiro público será tomada pelas empresas. *Pra* mim, está bom. (...) O Ministério da Cultura no projeto-de-lei está propondo que a participação de recursos próprios em outros projetos culturais seja maior. Um sonho! Os senhores são, estou falando como economista, ingênuos. (...) O critério público que foi definido é esse daí, vai ser decidido por mim, empresário. A Lei Rouanet entra no mecenato, aquela parte do dinheiro público que não tem jeito, tem que ser

⁵⁸ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u539505.shtml>. Acesso em 07/04/2009.

⁵⁹ A matéria intitulou-se *Debate em São Paulo discute mudanças na Lei Rouanet*. Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2009/04/03/debate-em-sao-paulo-discute-mudancas-na-lei-rouanet-755131018.asp>. Acesso em 28/11/2010.

decidida pelo empresário – defendeu Sayad no debate promovido pela *Folha de S. Paulo* (jornal *O Globo*, 4 de abril de 2009).

Depois de agregar que o auditório da *Folha* estava lotado, “principalmente com a presença de atores e produtores culturais que não concordam com as mudanças propostas”, consideradas “autoritárias”, a matéria de *O Globo* pontuou que a “atriz Beatriz Segal era uma das mais irritadas com as mudanças pretendidas pelo governo para o setor” (Idem).

A ênfase na acusação de dirigismo do governo, já levantada pela *Folha de S. Paulo*, recebeu a adesão de *O Globo*, que publicou em seguida uma crítica de um produtor cultural:

Participante da mesa do debate, o produtor cultural Paulo Péllico, diretor da Associação de Produtores de Espetáculos Teatrais de São Paulo (Apetesp), explicitou o que os opositores do projeto do Ministério da Cultura classificam como “dirigismo cultural”:

– Ele [o Ministério da Cultura] pode estabelecer vantagens maiores ou menores, de acordo com o seu próprio interesse, a partir de julgamentos subjetivos. E nós não podemos ter julgamentos subjetivos porque em mãos erradas esse julgamento pode se tornar um instrumento de alinhamento político e ideológico. Esse é o principal problema do projeto, o fantasma do dirigismo cultural, que já foi combatido anteriormente com a proposta da Ancinav (a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), que a sociedade reagiu e ela não foi implantada – criticou o diretor teatral (Ibidem).

Escolhendo cuidadosamente as palavras, o redator da matéria, Adauri Antunes Barbosa endossou, na prática, as críticas do produtor cultural ao projeto de mudança da Lei Rouanet:

Péllico acusa o governo e a proposta do Ministério da Cultura de procurar o “discurso Robin Hood”, de tirar dos ricos para dar aos pobres, e de preferir o enfrentamento como um Fla-Flu.

– Essa minuta de projeto-de-lei não ataca o principal problema, que é a concentração no Sul-Sudeste. Ele não tem um dispositivo que atenuie essa situação e quando existem mecanismos técnicos, que não têm esse charme do discurso Robin Hood, de tirar dos ricos para dar aos pobres, são elementos que naturalmente pulverizariam os recursos para o interior do país. E eles não são adotados. É preferível sempre esse discurso de Fla-Flu, esse enfrentamento da região rica com a região pobre, que acho que é um debate que já está superado (Ibidem).

Sem esclarecer o leitor sobre que critérios técnicos seriam esses, e sem mostrar porque a proposta de evitar a concentração excessiva de recursos no eixo Rio/São Paulo era um “debate superado”, a matéria foi encerrada com mais ataque a Juca Ferreira: “João Sayad

também criticou o que chamou de ‘mistificação’ do Ministério da Cultura, segundo ele por ‘acusar’ o Sudeste de receber recursos em detrimento de outras regiões, como a do Nordeste” (Ibidem).

O debate estimulado pela grande imprensa esquentou a ponto de o ministro Juca Ferreira escrever uma carta para o jornal *O Globo*, com a finalidade de esclarecer os motivos que o levaram a propor as mudanças na Lei Rouanet. Para minimizar o gesto de Ferreira, *O Globo* publicou sua carta na seção *Cartas dos Leitores*, no dia 12 de fevereiro de 2010, posicionando-a no fim da página (outra tentativa de desprestigiar o conteúdo da missiva ministerial).

Em sua carta, o ministro observa que o MinC promoveu ao longo dos últimos sete anos um debate público sobre a ampliação de recursos e novos mecanismos que garantam o incentivo e o financiamento à cultura “à altura da grandeza e da diversidade da cultura brasileira”. Após registrar que 80% dos recursos que apóiam a produção cultural são repassados através do mecanismo da renúncia fiscal, há que se discutir “as distorções e insuficiências” da Lei Rouanet acumuladas ao longo dos anos. Considerando que os números da concentração de recursos nas mãos de poucos é um problema grave, ele estranha a reação de *O Globo* à sua proposta de mudança da lei:

Nesse cenário de maturidade democrática, de fortalecimento da crítica e do diálogo, espanta a forma como *O Globo*, em sua coluna *Opinião* (07/02/2010), tratou o tema. O editorial chama de “êxito” o resultado de uma lei que estimula a distribuição de dinheiro público sem critérios e desestimula o investimento privado. Em 18 anos de Lei Rouanet, só 5% foram dinheiro privado e apenas 3% dos proponentes – quase sempre os mesmos – tiveram acesso a mais da metade do dinheiro gerado pela lei. Apesar de ser uma lei federal, ela pretere 25 das 27 unidades da federação. Em torno de 80% desse dinheiro ficam em dois estados e, dos cerca de seis mil artistas que recebem o crédito do MinC e que buscam apoio de algum departamento de *marketing*, só 20% conseguem.

Quase sempre os mesmos. Logo, o argumento de que não se deve mexer na lei porque ela é boa para o país é falacioso e a manutenção da atual só é positivo para as poucas organizações que compõem esses 3% dos que conhecem o caminho das pedras que leva ao “sim” dos departamentos de *marketing* (FERREIRA, *O Globo*, 12/02/2010).

Em sua mensagem ao jornal, enviada por email, o ministro sustenta que o país pode ter uma lei muito melhor, acessível a todos os artistas produtores e organizações culturais de todo o país. E se defende: “onde o jornal vê intervencionismo estatal, nós praticamos o fortalecimento do protagonismo da sociedade civil e a ampliação do acesso a um recurso que

antes era destinado a poucos”. E lança um desafio: “em vez da velha mistificação que nos lembra os anos de autoritarismo, sugiro que apontem no texto do projeto de lei onde esse dirigismo se manifesta”.

Para o ministro, seria muito mais produtivo participar do debate do que tentar inviabilizá-lo. E conclui, deixando clara sua intenção de não deixar a iniciativa privada fora do processo:

A iniciativa privada foi, é, e continuará sendo nossa parceira na promoção da cultura no país. Há empresários que atuam no setor de modo louvável. O que se espera de um jornal efetivamente comprometido com a sociedade brasileira é que, em nome da grandeza cultural brasileira, coloque em segundo plano seus interesses como captador de recursos da Lei Rouanet. *O Globo* poderá prestar um grande serviço à cultura brasileira, na medida em que, como órgão de comunicação respeitável e prestigiado, participar do debate com a transparência e o respeito que o país merece (Idem, *O Globo*, 12/02/2010).

A resposta do jornal à argumentação clara e objetiva do ministro foi uma simples Nota da Redação, marcada pela perseverança nas acusações falaciosas de dirigismo, compadrio político e chegou a tachar os funcionários do MinC de *culturocratas*, na defesa do *status quo* conquistado pelo capital privado no processo de utilização da Lei Rouanet:

NOTA DA REDAÇÃO: No debate de quase um ano sobre as propostas do ministro de uma nova Lei Rouanet, *O Globo* não tem sido o único a apontar o vício dirigista embutido no projeto do MinC. O mesmo vício que contaminara a ideia da Ancinav, também do ministério, engavetada pelo governo diante das críticas à intenção da Pasta, à época sob o comando de Gilberto Gil, de intervir na produção audiovisual do país. É verdade que os recursos aplicados via Lei Rouanet são públicos, mas eles advêm de impostos cobrados ao contribuinte. Se a nova lei retirar dele o poder de escolha do que apoiar, e transferi-lo à burocracia estatal, que se arroga representante da “sociedade civil”, quem gera renda e recolhe imposto preferirá pagá-lo efetivamente, sem se valer do incentivo. E assim a cultura perderá apoio financeiro. Em tempo: a redação do *Globo* não se vale da Lei Rouanet; seu interesse, no caso, é evitar a manipulação de recursos públicos por culturocratas a serviço da fisiologia ideológica e do compadrio político.

Na internet, no Portal Vermelho, o jornalista Wevergton Brito Lima, secretário de Comunicação do Partido Comunista do Brasil, seção RJ, em artigo intitulado *A carta do*

*ministro e a decadência do Globo*⁶⁰, desmantelou da seguinte maneira a resposta dada pelo jornal a Juca Ferreira:

A resposta de *O Globo* foi no melhor estilo Ali Kamel. Contra os números apresentados pelo ministro não se apresentou nenhum outro número ou contestação. Argumentou-se que *O Globo* não é o único a apontar o “vício dirigista”. Afirmou-se que as mudanças na lei farão diminuir os recursos arrecadados. E, pérola das pérolas, esclareceu: “Em tempo: a redação do *Globo* não se vale da Lei Rouanet”. Ora, mesmo uma criança é capaz de entender que o Ministro Juca Ferreira, em sua bem dada estocada, não insinuou que “a redação” de *O Globo* usufrui incentivos da citada Lei, mas sim que as Organizações Globo, através de seus inúmeros instrumentos, capta muito dinheiro utilizando a Lei Rouanet, fato, de resto, sabido por todos. A resposta de *O Globo* conclui afirmando peremptoriamente que o único interesse do jornal neste debate é “evitar a manipulação de recursos públicos por culturocratas (sic) a serviço da fisiologia ideológica e do compadrio político”. Em suma: para contraditar os sólidos e serenos argumentos do Ministro, *O Globo* vale-se de chavões e distorções.

A carta do ministro obrigou os editores de *O Globo* a refletir um pouco mais e, um mês depois, eles voltaram à carga, desta vez através de um editorial (*Nossa Opinião- Cheque em branco*⁶¹), publicado no dia 13 de abril de 2009. A estratégia, além de insistir na tecla de que a Lei Rouanet é boa para a cultura (apesar dos estudos do IPEA e os dados do próprio MinC afirmarem o contrário), desta vez trouxe uma novidade: tentativa de jogar os argumentos utilizados pelo Ministério da Cultura contra o próprio MinC. De resto, o texto cria muitas *cortinas de fumaça* para confundir o raciocínio do leitor, como a de insinuar que o MinC tem muito poder dentro da dinâmica rotineira da Lei Rouanet, embora o poder de decisão sobre quem receberá recursos está claramente concentrado nas mãos dos executivos das empresas patrocinadoras. Para dar aos leitores impressão de imparcialidade, *O Globo* publicou um texto assinado por Sergio Mamberti, *Outra opinião – Paridade no poder*⁶². Na época Sérgio era diretor da FUNARTE, órgão subordinado ao Ministério da Cultura, e revelou-se favorável às modificações na Rouanet. Já o texto do editorial de *O Globo* prosseguiu nas críticas ao ministro Juca Ferreira. Sem tocar no problema da concentração de recursos no eixo Rio/São Paulo, o texto observa que “apenas por meio da Rouanet é movimentado R\$ 1,4 bilhão, e via Fundo Nacional de Cultura (FNC), administrado pelo

⁶⁰ Disponível em http://www.vermelho.org.br/noticia.php?id_noticia=124456&id_secao=6. Acesso em 28/12/2010.

⁶¹ Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2009/04/13/tema-em-discussao-lei-rouanet/>. Acesso em 28/11/2010.

⁶² Publicado em *O Globo* de 13/04/2009.

Ministério da Cultura, R\$ 300 milhões”. Como se a apresentação desses valores, por si sós, justificassem os argumentos do editorial, o texto prossegue criticando mudança na lei: “com razão, artistas e produtores em geral – a não ser grupos politicamente mais próximos ao ministério – mobilizam-se para evitar que o projeto, em fase de audiência pública, possa chegar ao Congresso e ser aceito”.

Em seguida, usando os números do MinC contra o MinC, o editorial tenta contestar o argumento do ministro:

Críticas do MinC à Rouanet, e que sustentam a ideia de sua revogação, não são confirmadas por dados oficiais do próprio setor. Uma delas se refere à má distribuição regional dos recursos, em prejuízo do Norte-Nordeste. A questão é que o mesmo perfil de canalização dos incentivos aos estados pela Lei Rouanet é repetido pela atuação do FNC. Ou seja, mesmo quando a decisão de financiar um projeto é do ministro, o Sul e o Sudeste são os escolhidos, por uma explicação objetiva: é nessas regiões que há a maior demanda na produção de arte. Não se justifica, portanto, desmontar um sistema que funciona bem em nome de uma visão ilusória, errada (Editorial de *O Globo*, 13/04/2009).

O editorial se encerra reforçando a acusação de dirigismo, com outras palavras:

Um dos objetivos do projeto é retirar poder de escolha dos atuais financiadores de cultura, transferindo-o para o MinC, por meio de fundos a serem geridos sob influência oficial. Trata-se de um tiro no pé do MinC e da própria produção cultural. Ora, se quem transfere parte do seu imposto a empreendimentos culturais perde o direito de escolher a quem apoiar, a tendência será ele preferir pagar integralmente o tributo. Assim, perderão a cultura e o MinC. É estranho, pois nenhuma peça, espetáculo, o que seja, pode captar recursos pela Rouanet se não receber um sinal verde do MinC. O poder já é dele. Não passam despercebidas, também, as omissões calculadamente feitas no projeto, para que assuntos importantes sejam depois regulamentados por decretos do presidente da República. Até mesmo os critérios objetivos para enquadramento de projetos, existentes na Rouanet, desapareceram no texto. O MinC parece querer mesmo é um talão de cheques em branco (Editorial de *O Globo*, 13/04/2009).

Assumindo desde o início do processo de mudança da Lei Rouanet uma postura de contestação, o jornal *Folha de S. Paulo*, em seu Editorial de 28 de dezembro de 2009, insinuou que a mudança iria concentrar muito poder no MinC:

Resta um ano para que um dos principais pleitos do Ministério da Cultura -a reformulação da Lei Rouanet- saia do papel ainda no governo Luiz Inácio Lula da Silva. Anunciado desde o primeiro mandato, quando Gilberto Gil era

titular da pasta, o projeto de mudança passou por consulta pública neste ano, mas só no dia 16 de dezembro foi apresentado à Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados.

Um aspecto crucial da proposta é a instituição de um Fundo Nacional de Cultura com grande volume de recursos. O ministério já conta com cerca de R\$ 300 milhões para o fundo no Orçamento de 2010, mas almeja verbas “iniciais” de R\$ 800 milhões para o seu funcionamento.

Se hoje a maior parte dos recursos públicos para a Cultura é distribuída por empresas, por intermédio de renúncia fiscal, com o novo fundo o MinC terá em mãos um forte instrumento para fazer Política Cultural (FOLHA DE S. PAULO, 28/12/2009).

Como era de se esperar, o jornal insistiu na questão do suposto “risco de dirigismo estatal”, como se o poder concedido durante anos às empresas fosse sinônimo de liberdade – e não de condicionamento dos projetos culturais aos critérios empresariais de marketing:

A iniciativa foi alvo de justificadas apreensões quanto ao risco de dirigismo estatal, e o projeto foi modificado para minimizar o problema. Tratou-se de explicitar os critérios para as escolhas, que serão de responsabilidade de comissões formadas por especialistas. Melhorou, embora não haja garantia de isenção (Idem).

Como se pode perceber, a *Folha* confia cegamente na isenção do mercado e dos critérios dos executivos que decidem onde aplicar suas verbas de patrocínio. E, como é comum na grande imprensa brasileira, o Editorial prossegue com a clara intenção de *pautar* as ações do ministério da Cultura, indicando que papel o órgão público deveria desempenhar e qual o melhor direcionamento das verbas públicas e privadas para o setor cultural. Como se Juca Ferreira e sua equipe tivessem se curvado aos interesses do mercado:

O tradicional mecanismo de incentivo via impostos não será abolido, mas contará com novas faixas de renúncia fiscal, que exigirão contrapartidas das empresas. A proposta vai no sentido correto de estimular o investimento capitalista em cultura, e não o mero redirecionamento de tributos para o setor. É esse, a propósito, o princípio geral que deveria orientar a apreciação do projeto no Congresso: verbas públicas devem destinar-se, sobretudo, às atividades de formação e às áreas menos propensas a conseguir retorno no mercado. Quanto a projetos enraizados na indústria cultural, é mais adequado facilitar o crédito e estimular o investimento privado (Ibidem).

No calor do debate, alguns veículos da mídia brasileira produziram matérias favoráveis ao ministro Juca Ferreira e seu projeto de mudança da Lei Rouanet, com o objetivo de democratizar o acesso dos excluídos aos recursos viabilizadores da produção cultural. Esse

foi o caso do artigo *Juca e os fora-da-lei (Rouanet)*⁶³, escrito por Maurício Thuswold no dia 07 de abril de 2009, para a Agência Carta Maior.

No dia 4 de abril, os principais veículos de mídia do país noticiaram um debate organizado na véspera pelo jornal *Folha de S. Paulo*. Frente a um auditório majoritariamente tomado por antipatizantes das propostas de mudança na Lei Rouanet feitas pelo governo, Ferreira foi bombardeado por duas horas numa mesa em que, entre outros, se destacava o secretário estadual de Cultura de São Paulo, João Sayad, enfático ao denunciar “o dirigismo cultural do ministério” e ao defender que “a destinação dos recursos, não tem jeito, tem de ser decidida pelo empresário” (AGÊNCIA CARTA MAIOR, 07/04/2009).

Em seu artigo, Maurício Thuswold comentou a atmosfera política abertamente contrária ao ministro Juca Ferreira e, por extensão, ao governo Lula:

Segundo o jornal *O Globo*, “uma das mais irritadas com as mudanças pretendidas pelo governo” era a atriz Beatriz Segall, que teria até mesmo dirigido impropérios ao ministro. Ora, todo mundo sabe que a grande Beatriz é amiga de Sayad e do governador José Serra, a quem já declarou apoio na disputa pela presidência da República! Ao lado de Regina “eu tenho medo” Duarte, de Christiane Torloni e de outras divas menos cotadas, Beatriz Segall nunca escondeu seu repúdio ao governo Lula. Com todo o direito, diga-se de passagem, afinal vivemos numa democracia. Mas, o fato é que todo mundo sabe que Odete Roitman apóia Serra, assim como Flora Fontini apóia Ciro Gomes (Idem).

No parágrafo seguinte, o jornalista revela a estratégia dos paulistas: “O evento organizado pela *Folha* foi, portanto, um bem-sucedido jogo de cartas marcadas para produzir manchetes contrárias às mudanças na Lei Rouanet” (Ibidem). Mas, prossegue Thuswold, apesar da torcida contra, o ministro manteve-se firme e, a seu ver, resumiu tudo numa declaração emblemática: “Eu sabia que a redistribuição desses recursos não seria pacífica. Quem tem acesso evidentemente não quer perder, não quer critério público, não quer critério nenhum, não quer mudança nenhuma porque já tem acesso e conhece o caminho das pedras” (Ibidem).

A discussão entre Sayad e Ferreira extrapolou essa primeira reunião e prosseguiu através da imprensa. Em matéria intitulada *MinC revida artilharia de São Paulo*, publicada

⁶³ Disponível em <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=4546>. Acesso em 12/04/2009.

no caderno *Ilustrada – Cultura*, no 16/06/2008, o jornal *Folha de S. Paulo* divulgou as causas das controvérsias:

Crescem as divergências entre o ministro interino da Cultura, Juca Ferreira, e o secretário de Cultura do Estado de São Paulo, João Sayad, em torno do uso da Lei Rouanet – instrumento federal de patrocínio à cultura via renúncia fiscal – por entidades vinculadas à administração paulista. "Sayad diz que vê atitude "ilegal e discricionária" do Ministério da Cultura em relação a projetos culturais do Estado. O secretário não apresentou qualquer dado que pudesse embasar tais afirmações. Nem poderia. Os dados registrados no Ministério da Cultura mostram que o quadro é exatamente o oposto", afirma Ferreira (FOLHA DE S. PAULO, 16/06/2008).

O ministro interino reagiu assim a Sayad, que afirmara suspeitar de um boicote do MinC à aprovação de projetos da TV Cultura, da Pinacoteca do Estado e da Osesp⁶⁴ na Lei Rouanet, conforme publicado em reportagem da *Ilustrada*, em matéria anterior. Quando Sayad anunciou sua suspeita, Ferreira negou a existência do boicote e citou apenas um episódio envolvendo um projeto submetido à aprovação na lei pela TV Cultura como objeto de maior "rigor na avaliação" do ministério.

Na prática, o ministro estava acusando o modelo paulista de administração pública da cultura, através do qual certas instituições públicas do setor cultural, como a Pinacoteca do Estado e a Orquestra Sinfônica, são geridas pelo sistema das OS – Organizações Sociais. Essas organizações possuem gestão privada (como argumento em favor de maior eficiência), têm obrigatoriamente planos de metas fiscalizados pelo poder público, dispõem de conselhos de administração mistos (com representantes do governo e da sociedade civil) e uma maior (e bastante discutível) liberdade administrativa. Para o ministro, o governo paulista deveria arcar com os custos de manutenção de seus equipamentos culturais permanentes, como os dois mencionados acima. Porém, na prática, as Organizações Sociais responsáveis pela gestão de tais espaços buscavam recursos através da Lei Rouanet. O que levou o ministro a fazer a seguinte crítica, publicada pela *Ilustrada*:

Agora, o ministro interino cita números para demonstrar que "crescem exponencialmente, de ano para ano, as captações [de patrocínio por meio da Lei Rouanet] em benefício das organizações a que o secretário se refere". Ferreira usa os dados não apenas para comprovar a inexistência do boicote, mas também para reforçar sua crítica à Secretaria de Cultura de São Paulo pelo uso da lei (Idem).

⁶⁴ Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo.

De acordo com essa matéria, para o ministro interino, "a responsabilidade do governo de São Paulo em relação a essas estruturas vem sendo transferida sistemática e crescentemente para a renúncia de um imposto federal, que é coletado em todo o Brasil, e que não deve privilegiar este ou aquele Estado" (Ibidem).

Os números, disponíveis no MinC, foram mencionados por Juca Ferreira: um total de "14 Organizações Sociais que trabalham para o Estado de São Paulo, ou vinculadas diretamente, captaram, pelo mecanismo de renúncia fiscal do governo federal, R\$ 19 milhões, em 2005; R\$ 25,1 milhões, em 2006, e R\$ 41,4 milhões, em 2007" (Ibidem). O crescimento do volume captado de 2006 para 2007 foi, portanto, de 65%.

Para demonstrar como São Paulo absorve muitos recursos da Lei Rouanet, Juca Ferreira recorreu ao *ranking* geral das obtenções de patrocínio pela Lei Rouanet: "a Fundação Padre Anchieta [TV Cultura] tornou-se a terceira maior captadora do país, em 2007", com total de R\$ 11,8 milhões obtidos (Ibidem). O ministro interino ressaltou ainda que, em 2008, a Osesp foi "a sétima maior captadora, com R\$ 8,6 milhões, e a Associação Amigos da Pinacoteca, a oitava maior, com R\$ 8,5 milhões" (Ibidem).

O caso específico da TV Cultura também foi comentado pelo ministro Juca Ferreira. Ele procurou defender a Comissão Nacional de Cultura, que determinou um corte de 28,5% no orçamento total de R\$ 24,5 milhões no projeto que buscava enquadramento na Lei Rouanet e que objetivava financiar a programação da TV e da Rádio Cultura. A explicação do ministro foi simples:

"O parecer que embasou a decisão da CNIC postula que a afirmativa do proponente – de que a grade de programação é formada em sua maioria por produções e difusão audiovisual de curta e média metragens e de preservação de acervo – não é corroborada pelo conteúdo do projeto apresentado, que inclui programas esportivos, de saúde e telejornais, embora haja menção à programação com natureza cultural. O parecer aponta predominância, no material analisado, de programas enquadráveis no artigo 26 [que estabelece limite de 30% de dedução para patrocínio, no qual o projeto foi enquadrado]", segundo o ministério (Ibidem).

Por meio de sua assessoria de imprensa, o MinC esclareceu ainda que "os programas que foram excluídos da autorização para captação via Lei Rouanet foram aqueles que não tinham caráter cultural: os esportivos *Cartão verde* e *Grandes momentos do esporte*; programas voltados à saúde, como *Faixa saúde* e *Bom dia, saúde*, além do *Repórter Eco*, que tem viés de educação ambiental. Também não foi aprovada a rubrica "Projetos Especiais", de

R\$ 4 milhões, que previa recursos a programas ainda indefinidos", afirmou, segundo a *Folha*, a Secretaria de Fomento e Incentivo do MinC. Portanto, o proponente havia tentado enquadrar na lei federal de incentivos fiscais à cultura projetos sem qualquer cunho cultural, portanto fora do escopo da lei, e também projetos "indefinidos", que dificilmente o ministério poderia aprovar.

Os repórteres da *Folha de S. Paulo* procuraram os gestores da TV Cultura para uma réplica, porém a iniciativa resultou em nada: "A Fundação Padre Anchieta negou entrevista à *Folha*. Disse considerar que 'as declarações' de Ferreira 'esclarecem definitivamente o assunto'" (Ibidem).

A revista *Época*, por sua vez, contribuiu para ampliar o clima de pânico diante da proposta de mudança na Lei Rouanet. Em matéria intitulada *Governo quer revogar Lei Rouanet*, datada de 17/04/2009, a revista já delineava sem pudor seus argumentos em favor do capital no lide: "Ação pretende diminuir a influência da iniciativa privada na cultura. Por que isso pode ser ruim para o país".

No corpo do texto, a matéria defendia o funcionamento da Lei Rouanet: "o mecanismo da renúncia fiscal é bom porque faz da cultura um bom negócio. Graças a ele, as empresas podem fazer propaganda de suas marcas usando recursos que seriam destinados à Receita Federal. Tanto que 80% dos investimentos em cultura no Brasil usam esse princípio" (revista *Época*, 17/04/2009). A matéria, pelo menos reconhecia que havia problemas no terreno do uso da Lei:

É verdade que a lei não é perfeita. Muita gente que tenta produzir cultura no país jamais se beneficiou da renúncia fiscal. Projetos de menor visibilidade ou dirigidos a públicos específicos tendem a ser preteridos pelos investidores. "A Lei Rouanet dá margem a abusos – e nisso todos estão de acordo", diz Leonardo Brant, fundador do Instituto Pensarte e criador do blog *Cultura e Mercado*, sobre políticas culturais. "Vai da responsabilidade de cada um fazer um bom uso" (Idem, 2009).

Mais à frente, o ataque frontal à proposta de mudança:

Com o fim da Lei Rouanet, o MinC pretende ao mesmo tempo aumentar o próprio orçamento e centralizar as decisões sobre como e onde investir. O ministro da Cultura, Juca Ferreira, tem rodado o país para apresentar seus argumentos em favor da nova lei. [...] Desde que esse projeto de lei entrou em consulta pública, ele tem sido questionado por produtores culturais e empresas ligadas ao financiamento da cultura. A principal queixa é que o

novo projeto traz embutido um sério risco de dirigismo cultural por parte do governo e de restrição à liberdade de criação. Primeiro – e de modo mais flagrante –, por suprimir o artigo que impede critérios subjetivos para aprovar projetos. Mas não só por isso. O projeto também cria fundos setoriais: o Fundo Setorial das Artes, para apoiar teatro, circo, dança, artes visuais e música; o Fundo Setorial da Cidadania, Identidade e Diversidade Cultural; o Fundo Setorial da Memória e Patrimônio Cultural Brasileiro; e o Fundo Global de Equalização, que, segundo o MinC, financiaria aquilo que o projeto chama de “ações transversais”. Cada um desses novos fundos teria o próprio conselho gestor – grupos de influência que poderiam ampliar o controle do governo sobre a política cultural (Ibidem, 2009).

Nasceram nessa matéria, que o MinC inclusive publicou no seu site, os argumentos cunhados pela imprensa para conformar a opinião pública contra a mudança do principal mecanismo de apoio à cultura brasileira: o suposto “dirigismo cultural”, a suposta “restrição à liberdade de criação”, a falaciosa supressão do “artigo que impede critérios subjetivos para aprovar projetos” e a venenosa insinuação da criação de “grupos de influência que poderiam ampliar o controle do governo sobre a política cultural”. Outros grandes veículos de imprensa aproveitariam esses mesmos motes para bombardear a proposta de Juca Ferreira e sua equipe.

Na tessitura de seus argumentos, essa matéria da revista *Época* manteve outro bordão: a de compor uma imagem do governo Lula como um regime autoritário, de excessiva interferência do Estado no mercado, que deveria, como convém ao pensamento neoliberal, ser entregue à plena liberdade dos agentes econômicos:

Não é a primeira vez que o governo Lula cria algo do tipo. Em 2004, o MinC tentou criar a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav). Ela daria ao poder público, de modo explícito, a “responsabilidade editorial” e estabeleceria “atividades de seleção e direção da programação”, além de atribuir ao governo a responsabilidade por incentivar o respeito a “valores éticos e sociais da pessoa e da família”. O MinC criou um site para debater a nova agência. A página, no entanto, não trazia opiniões de pessoas contrárias à medida. Em junho de 2006, diante da constatação de que a criação da Ancinav restringiria a liberdade de expressão, o presidente Lula admitiu que ela fora um erro e desistiu da medida (Ibidem, 2009).

Mas houve também veículos de imprensa que apresentaram uma visão diferente, favorável à mudança na lei federal de incentivo à cultura, e que procuraram costurar os argumentos que justificavam o novo rumo pretendido pelo ministério da Cultura. Como

exemplo, temos o artigo *Juca e os fora-da-lei (Rouanet)*⁶⁵, de Maurício Thuswohl, escrito para a Agência Carta Maior. A lide da matéria já sintetizava o conflito vivido pelo ministro e trazia à luz as raízes do problema: “A proposta de mudanças na legislação de incentivo à cultura vem sendo alvo de críticas por parte de setores da elite cultural brasileira. É compreensível. Hoje, 50% dos recursos provenientes de deduções fiscais e destinados à cultura vão parar nas mãos de apenas 3% dos proponentes”.

Logo no primeiro parágrafo de seu texto, Thuswohl denuncia o caráter concentracionista da Lei Rouanet:

Cinquenta por cento dos recursos provenientes de deduções fiscais que são destinados à cultura no Brasil vão parar nas mãos de apenas 3% dos proponentes. São quase sempre as mesmas produtoras ou profissionais que se beneficiam desses recursos, num flagrante caso de concentração indevida ou, no mínimo, injusta do incentivo à cultura. Ainda assim, há quem considere correto o sistema atual e reaja de maneira virulenta às tentativas de mudança implementadas pelo governo Lula por intermédio do Ministério da Cultura (Idem).

O jornalista prossegue em seu texto afirmando que um dos pontos positivos mais marcantes do governo seria o trabalho desenvolvido no ministério da Cultura para dar maiores oportunidades de expressão artística e cultural a regiões e populações culturalmente “ilhadas” ou marginalizadas de norte a sul do Brasil. Thuswohl reconhece que, neste sentido, atuara desde o primeiro momento o ex-ministro Gilberto Gil, que teria sabido “enfrentar com coragem e serenidade a onda de protestos e resistência surgida no seu próprio meio, a elite cultural brasileira” (Ibidem). Nesse embate, na visão do jornalista, “Gil perdeu umas e ganhou outras, mas jamais recuou da intenção de realizar o ‘Do-in cultural’ que prometera ao país assim que assumiu o ministério” (Ibidem).

Na sequência, Maurício Thuswohl evidencia que a passagem de bastão de Gilberto Gil para Juca Ferreira não interrompeu o processo:

O atual ministro, Juca Ferreira, persevera no caminho da democratização da distribuição dos incentivos à produção cultural. Ciente de que o atual modelo favorece a concentração dos recursos e a formação de “panelinhas”, o Ministério da Cultura elaborou uma série de propostas de alteração na Lei

⁶⁵ Disponível em <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=4546>. Acesso em 12/04/2009.

Rouanet, que, nos últimos 18 anos, vem sendo o principal mecanismo de incentivo cultural baseado na renúncia fiscal de empresas. A mudança mais importante é o fim da renúncia fiscal como principal meio de patrocínio e a criação do Fundo Nacional de Cultura, que será dividido em cinco fundos setoriais (Artes, Livro e Leitura, Memória e Patrimônio Cultural, Diversidade Cultural e Fundo de Equalização) / (Ibidem).

Ao contrário dos órgãos da grande imprensa, que viram más intenções na proposta do ministério, Thuswohl tentou explicar em que consistia a principal mudança pretendida no dispositivo legal. Segundo o jornalista, o Fundo Nacional de Cultura terá um comitê gestor, formado por integrantes do Ministério da Cultura e por representantes indicados por organizações da sociedade civil. Esse comitê passaria a ser o principal órgão de decisão sobre a aprovação de projetos culturais e o encaminhamento dos recursos do fundo, fato que representaria uma autêntica revolução, já que atualmente as empresas é que decidem internamente quais projetos vão apoiar.

Chega então o momento em que Thuswohl expõe o que é, na sua visão, o verdadeiro motivo das críticas:

Essa mudança é o principal motivo da gritaria dos “incomodados” com as alterações na lei propostas por Ferreira. Neste grupo, naturalmente, estão incluídos empresários e diretores de estatais temerosos da perda de prestígio e também determinados artistas e produtores que há três décadas vivem de produções culturais realizadas com recursos públicos e talvez não saibam mais viver sem isso (Ibidem).

Neste contexto, as acusações de “dirigismo” e de “subjetividade na avaliação dos projetos” empalidecem diante da revelação de que o problema é mais simples: trata-se apenas do medo de perder os privilégios conquistados com o mecanismo elitista e concentrador de recursos da Lei Rouanet. Uma lei, que, de resto, como vimos no Capítulo 2 desta dissertação, coloca a arte e a cultura a serviço do capital, subordinando-as aos critérios de marketing das empresas patrocinadoras, além de servir como instrumento de produção de subjetividades empreendedoras e competitivas, que aniquilam o potencial revolucionário das criações artísticas.

Em meio à profusão de matérias contra e a favor da mudança na Lei Rouanet, houve também aquelas que fizeram uma crítica mais objetiva às distorções existentes no processo do mecenato, que o ministro tenta corrigir. Trata-se do artigo intitulado *Leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual) e patrocínio: incentivo efetivo à cultura ou mera*

*ferramenta mercadológica?*⁶⁶, assinado pela produtora cultural Yannick Bourguignon, publicada em *Integração – a revista eletrônica do Terceiro Setor*. Formada em História da Arte pela Sorbonne, Yannick também estava referenciada na matéria como aluna do curso de Pós-Graduação em Administração para organizações do Terceiro Setor do PEC/FGV⁶⁷. Após fazer bom resumo histórico da Lei Sarney, ela mostra que a faixa de incentivo fiscal de 100% criada na Lei Rouanet e a faixa de 125% de incentivo permitida pela Lei do Audiovisual provocaram uma distorção no regime de mecenato:

Patrocinar um projeto cultural nestes termos tornou-se algo muito convidativo, por ser um ótimo negócio. Principalmente para as empresas, que, com a política de responsabilidade social, vêem na cultura um campo de “atuação”, ou melhor, investimento gratuito e com grande retorno de imagem e marca. Isto é gritante no caso específico do cinema brasileiro, onde é possível deduzir 100% do valor de patrocínio do imposto e ainda 25% como despesa operacional. Pesquisas realizadas revelam que, por exemplo, para conseguir R\$ 60 destinados ao caixa do filme, são gastos R\$ 125,00 de dinheiro público, sem qualquer contrapartida privada.

Para Yannick, isto significa que, “nas suas atuais legislações, a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual propiciam uma administração pouco responsável e sem estratégia dos recursos públicos”, uma vez que, “concretamente, os projetos são financiados pelo dinheiro dos impostos devidos à União”. E, tudo isso é feito sem que o Estado cuide de aspectos importantes, como evitar a concentração de recursos no Sudeste, impedir que projetos totalmente viabilizados com dinheiro público tenham ingressos “salgados”, ou a permissividade dada às empresas, que descontam tudo dos impostos sem contrapartida própria (“não se trata de uma irresponsabilidade fiscal por parte do Estado?”). Yannick também critica a desigualdade criada entre as diferentes manifestações culturais (o cinema, por exemplo, tem vantagens enormes, que as outras áreas não têm), a preferência das empresas patrocinadoras por alguns tipos de expressão artística e cultural, em detrimento de outras que

⁶⁶ Disponível em <http://integracao.fgvsp.br/ano7/01/opiniao.htm>. Acesso em 10 de abril de 2009.

⁶⁷ O PEC-FGV é o Programa de Educação Continuada da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, para executivos interessados em aprimoramento profissional, *networking* e numa visão prática das ferramentas essenciais ao trabalho corporativo. Criado em 1953, o PEC-FGV tem acompanhado e marcado opinião nos principais debates do Brasil e perpassa décadas formando profissionais competentes por meio de uma visão atualizada e interdisciplinar dos fatos. O programa oferece um vasto leque de opções, com mais de 60 cursos distribuídos em 14 áreas de conhecimento: Administração Geral e Estratégia; Administração da Saúde; Comunicação; Economia; Finanças e Controladoria; Gestão de Pessoas; Gestão Imobiliária; Logística e Operações; Marketing e Vendas; Métodos Quantitativos; Negócios Internacionais e Comércio Exterior; Sustentabilidade, Meio Ambiente e 3º Setor; Tecnologia de Informação; Varejo.

ficam à míngua e sem recursos (como é o caso do teatro infantil, por exemplo). E, embora reconhecendo que “muitos projetos de qualidade foram feitos com estas leis de incentivo fiscal”, Yannick é bastante crítica em relação ao sistema consolidado pela Lei Rouanet:

Se fizermos um balanço deste sistema de financiamento à cultura, observamos distorções gritantes que colocam em xeque a idéia de que o país tem uma política cultural focada, pensada e dirigida a todos os brasileiros e que cria ferramentas eficazes como as Leis de Incentivo para atingir os seus objetivos. O que pode parecer no papel uma forma louvável de parceria entre Estado, Mercado (empresas) e Sociedade Civil (proponentes e público), beneficiando o pleno exercício dos direitos culturais dos cidadãos, se revela na prática uma vulgar ferramenta mercadológica que beneficia majoritariamente, com recursos públicos, as estratégias de marketing das empresas.

Ao final de sua análise, esta autora conclui:

A questão hoje é reavaliar e (re)direcionar tal política, instituindo critérios coerentes, éticos e transparentes para promover a cultura e a cidadania para todos, contemplando todos os objetivos listados no artigo 1º do PRONAC. E aproveitar esta alteração de rumo para, sempre por meio das Leis de Incentivo, instigar efetivos investidores privados, induzindo uma cultura empresarial que investe voluntariamente dinheiro privado (sem dedução total) em prol de uma melhor qualidade de vida e de uma sociedade consciente de suas expressões culturais. Cabe ao Governo conduzir tal política e zelar para que ela atinja, sem desvios e sem exclusão, suas metas.

No próximo tópico, será traçado um painel sintético de como artistas, produtores e outros agentes culturais do Rio de Janeiro percebem a proposta de Juca Ferreira de reestruturar o papel do poder público federal no setor cultural.

3.4 – Análise da reação da grande imprensa à proposta de mudança da Lei Rouanet

No Brasil, os jornais e revistas de maior circulação desempenham papel relevante e estratégico na formação de opinião da sociedade. É como pontuou a pesquisadora Cristiane Pereira de Moraes e Souza, da UEMS – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, em seu artigo *O papel da mídia impressa na formação do sujeito*, publicado na revista *Interfaces da Educação*:

Atualmente, podemos dizer que a mídia é a principal formadora de opinião, pois induz a comportamentos e dita regras para que o indivíduo possa estar inserido na sociedade. Dito de outra forma, ele não se sentirá excluído se estiver bem informado, “antenado” com os acontecimentos, uma vez que ele precisa do “saber” doado pela mídia para “ser”, ou, de certo modo, sobressair-se, autoafirmar-se, tanto profissional quanto pessoalmente (MORAES E SOUZA, 2010, p. 28).

Conforme essa pesquisadora, a partir dessa constatação da importância da mídia, “é possível inferir como os meios de comunicação estão inseridos nas relações sociais, políticas e econômicas de uma sociedade” (Idem, p. 28). Nesse contexto, ressalta a autora, “a sociedade contemporânea, cada vez mais, necessita de informações sobre os acontecimentos e, portanto, é inegável que os meios de comunicação têm uma influência enorme na sociedade” (Ibidem, p. 28). Essa influência torna-se uma efetiva *produção de subjetividade*:

Eles [os meios de comunicação] constroem, produzem sentidos (e não apenas informam ou relatam fatos), tornando-se instrumentos de poder, capazes de influenciar a forma de pensar e agir em sociedade (IBIDEM, p. 28).

Para mostrar o grau de poder da mídia, a pesquisadora cita a reflexão de um profissional da imprensa:

Nas palavras do jornalista Hamilton Ribeiro, “a imprensa livre é o quarto poder de um país”, referindo-se a acontecimentos sobre o jornalismo e à relação de poder que exerce, a ponto de os Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário curvarem-se diante do poder da mídia (RIBEIRO, 1997, p. 97, APUD MOARES E SOUZA, 2010, p. 28).

No artigo publicado na revista *Interfaces da Educação*, a pesquisadora Cristiane Pereira de Moraes e Souza perfaz uma análise de matérias das revistas *Veja* e *IstoÉ*, sobre a questão do desarmamento da população, com o objetivo de mostrar que a mídia impressa, através de estratégias sutis, ao invés de informar os leitores para que estes reflitam e cheguem às suas próprias conclusões, procura dirigir o pensamento destes. Na sua argumentação, a pesquisadora evoca Foucault, para quem “a mídia impede a livre circulação do discurso, cuja produção acaba sendo controlada e selecionada” (Idem, p. 31). O que “está em jogo é o ‘desejo’ e o ‘poder’, pois cada sociedade tem sua ‘política de verdade’, e o discurso que prevalece é o do sujeito que detém o poder” (Ibidem, p. 28). Para essa autora, “a mídia vende a ilusão de diversidade, de escolha, quando na verdade pode impor como o leitor tem que ser,

como deve pensar, e qual escolha deve fazer” (Ibidem, p. 28). Essa condução do leitor ocorre “por meio da materialidade discursiva, a uma tomada de posição, ou seja, direcionando o leitor/eleitor a determinado comportamento e pensamento” (Ibidem, p. 28).

Em seguida, conclui a autora:

A chamada mídia (meios de comunicação de massa) transformou-se em uma eficiente e concorrida forma de transmitir informações e, ao mesmo tempo, propagar ideologias para um grande número de pessoas, de classes sociais e formações diferentes. Tornou-se, assim, um modo eficaz de disseminar ideias, conceitos, isto é: por meio de determinadas produções discursivas, podem ser criadas verdades ideológicas pertinentes a determinados grupos, aos seus interesses, e, por conseguinte, intervir nas decisões e nas relações da sociedade (IBIDEM, p.28).

No caso do debate entre o ministro Juca Ferreira e os órgãos de imprensa, assistiu-se a um curioso jogo de forças. O poder público governamental, que no passado defenderia os interesses do capital, na gestão de Gilberto Gil e Juca Ferreira assumiu uma postura não-elitista, em favor da produção artística das regiões menos favorecidas com recursos financeiros e dando preferência ao financiamento da cultura com verbas governamentais, esvaziando assim o poder conquistado pelas empresas. Por sua vez, a imprensa, numa postura nada democrática, passou a defender abertamente os interesses do capital, da minoria de produtores que se beneficiavam com o mecanismo elitista e concentrador de recursos da Lei Rouanet e declaravam como sendo positiva e democrática a colocação da arte a serviço do marketing empresarial.

Nesse embate, a imprensa procurou convencer o público através da depreciação da imagem do ministro Juca Ferreira e sua equipe, acusando-o de pretender instaurar um suposto processo de *dirigismo estatal* da cultura nacional. Assim, a subordinação da produção artística ao marketing empresarial era mascarada aos olhos da opinião pública, pois o mercado dos patrocínios era apresentado como o verdadeiro espaço da liberdade de escolha. Nesse horizonte invertido, o regime supostamente democrático do patrocínio empresarial foi contraposto ao regime do *dirigismo estatal*, imagem que evocava intencionalmente o modelo soviético, autoritário, não-democrático e impositor das formas de expressão artística associadas à propaganda do regime socialista. Diga-se de passagem, aliás, que diversos agentes da mídia impressa se esmeraram em construir uma imagem *sovietizada* do governo

Lula, chamando alguns de seus líderes de “komissários”, para formar uma opinião pública antipática ao governo.

Nessa mesma linha de raciocínio foi redigida a Nota da Redação de *O Globo*, ao tentar responder ao ministro que rebateu a crítica de dirigismo, cujo texto afirmava que o interesse do jornal era apenas o de “evitar a manipulação de recursos públicos por culturocratas a serviço da fisiologia ideológica e do compadrio político”. As palavras não foram escolhidas ao acaso. O termo “culturocratas” foi cunhado para associar o Ministério da Cultura à burocracia estatal de tipo soviética. Assim como as expressões “fisiologia ideológica” e “compadrio político” transformam o processo de escolha de projetos a serem apoiados pelo MinC em um jogo de cartas marcadas, que beneficiaria apenas os amigos de um determinado círculo político, sem levar em conta os interesses maiores do desenvolvimento cultural brasileiro. E assim se repetiram os surrados argumentos da imprensa neoliberal, que incansavelmente compara ações governamentais ao engessamento burocrático, à lentidão que impede o progresso do país, ao compadrismo sem mérito, para em seguida exaltar as virtudes do mercado, sempre apresentado como território da liberdade, do verdadeiro empreendedorismo sem nepotismo, e da produção de lucros que conduz ao verdadeiro progresso.

Nesse tipo de crítica feita pela imprensa ao MinC, jamais eram mencionados os pontos de cultura (núcleos de cultura popular apoiados financeiramente pelo ministério e pelos quais os patrocinadores empresariais nunca se interessaram), as pesquisas conduzidas pelo IPEA que evidenciavam o uso quase que exclusivo de dinheiro público pelas empresas que usavam a Lei Rouanet, que pouco injetavam de recursos próprios no patrocínio da produção cultural, nem os milhares de projetos culturalmente relevantes que, apesar de estarem aprovados para desfrutar de incentivos fiscais, não conseguiram obter um centavo sequer das empresas patrocinadoras e foram arquivados, após dois anos de tentativas fracassadas de captação de recursos.

Outra crítica falaciosa feita pela mídia impressa à proposta de mudança na Lei Rouanet foi a de *falta de objetividade* na seleção dos projetos pelas comissões que o governo propôs criar, formadas por técnicos oriundos dos quadros do MinC e de representantes convidados da sociedade civil, entre pessoas com reconhecido saber dentro dos diversos segmentos culturais (música, cinema, artes plásticas, teatro etc.). Aos olhos da imprensa, o trabalho dos membros dessas comissões paritárias tornou-se automaticamente sinônimo de

um indesejável “subjetivismo” no processo de seleção dos projetos, pelo simples fato de que a escolha não se daria no espaço do mercado dos patrocínios e sim no âmbito governamental.

O objetivo da crítica foi, uma vez mais, opor mercado ao governo, como quem opõe liberdade contra manipulação, ou mérito contra protecionismo escuso. Mas a verdadeira manipulação era a da mídia impressa, já que é impossível eliminar o “subjetivismo” de qualquer processo de seleção que envolva a análise de projetos realizada por seres humanos. Se os jornalistas pesquisassem o histórico da Lei Rouanet, descobririam que, desde sua criação até a gestão Juca Ferreira, diversos projetos culturais não foram aprovados para receber os incentivos fiscais previstos, simplesmente porque um parecerista dos diversos órgãos subordinados ao MinC, no seu julgamento individual, assim o decidiu. Se aprofundassem um pouco mais suas pesquisas, descobririam também que eram praticamente nulas ou inexistentes as chances de defesa pelos proponentes dos projetos recusados. A Lei faculta apenas um único recurso – e a grande maioria das apelações foi preterida, com o Ministério da Cultura dando ganho de causa às razões apresentadas por seus pareceristas técnicos e indeferindo os argumentos dos produtores culturais prejudicados no processo inicial de análise.

A esta altura, já podemos listar alguns dos mecanismos utilizados pela imprensa para formar a opinião pública segundo os interesses econômicos ou ideológicos dos proprietários dos veículos, que são as forças que determinam, na prática, a linha editorial dos veículos.

O primeiro desses mecanismos é a **repetição**, prática muito utilizada pela mídia impressa para criar consenso. A estratégia é muito simples: uma mentira repetida inúmeras vezes pode torna-se uma *verdade*. Quando diversos meios de comunicação repetem a mesma notícia, esta passa a ser considerada verdadeira. Assim, os motes criados pelas acusações de *dirigismo cultural* e de *falta de objetividade* na análise dos projetos pelas comissões do MinC repercutiram em diversos jornais, com o objetivo estratégico de criar um consenso público desfavorável às intenções do ministro Juca Ferreira.

No artigo *Mídia como instrumento de controle social*, publicado na *Unirevista* (Vol. 1, nº 3, julho 2006), Felipe Reis Melo, da Faculdade São Miguel de Pernambuco, menciona uma pesquisa que mostra como o processo de repetição de argumentos falaciosos pela imprensa conforma a opinião pública:

A repetição é uma prática freqüentemente utilizada para criação de consenso. Uma mentira muitas vezes repetida torna-se verdade. Se diferentes meios de

comunicação repetem a mesma notícia, esta passa a ser considerada verdadeira. Segundo uma pesquisa realizada pela Universidade de Maryland, em outubro de 2003, 60% dos estadunidenses que assistiam à rede de televisão Fox News acreditavam em pelo menos uma destas três mentiras: a) foram encontradas armas de destruição em massa no Iraque; b) existem provas da aliança entre o Iraque e a Al-Qaeda; c) a opinião pública mundial apóia a invasão estadunidense do Iraque. Quanto mais horas os entrevistados assistiam a Fox News, mais acreditavam nestas três mentiras (KLINENBERG, 2005, p.88, APUD MELO, 2006, p. 7).

Neste sentido, acrescenta Melo, “uma notícia pode ganhar importância ou tornar-se importante, se é retomada sucessivamente por outros veículos de comunicação” (Idem, 2006, p. 7). Este fenômeno, de acordo com este autor, “é conhecido como **reposição**”, sendo comum nas relações “entre a televisão e a imprensa escrita” (Ibidem, 2006, p. 7).

No caso específico do suposto *dirigismo cultural*, o mote repercutiu até em *blogs* de produtores culturais renomados, beneficiários da sistemática da Lei Rouanet, que se apressaram a advogar em causa própria, criticando o Ministério da Cultura e pleiteando a permanência da sistemática de patrocínios empresariais.

Como encontra adeptos das teses que defende, a imprensa também usa como estratégia de formação de opinião e de produção de subjetividade a divulgação de opiniões e depoimentos de profissionais da área em debate (no caso, a área cultural) que apresentem concordância com a posição defendida pelo veículo de imprensa. Esse foi o caso, por exemplo, do produtor cultural Leonardo Brant, que participou da reportagem *Governo quer revogar Lei Rouanet*, publicada na revista *Época* e assinada por Celso Masson. Brant criticou a proposta ministerial de mudança nas regras do jogo, e preconizou a manutenção do controle do financiamento da produção artística nas mãos das empresas:

A cultura não é o único setor que recebe incentivos fiscais no Brasil. Outras 15 áreas contam com mecanismos semelhantes. De acordo com os dados da Receita Federal, a cultura recebe 1,46% do incentivo fiscal do país. Comércio e serviços ficam com 29,26%. A indústria recebe 19,8%. Apesar de o teto de renúncia para a cultura ser alto, R\$ 1,4 bilhão em 2009, ele vem sendo quase totalmente usado, embora nem sempre naquilo de que o governo gostaria. “As empresas avançaram tanto sobre os domínios do Estado que isso passou a incomodar o governo”, afirma Leonardo Brant, do Instituto Pensarte. “O Ministério da Cultura não entende como o mercado se estruturou a partir da lógica do diálogo entre o setor cultural e as empresas (revista *Época*, São Paulo, Celso Masson, 18/04/2009).

As duas frases finais da matéria esculpem, uma vez mais, a defesa neoliberal do sistema de patrocínios culturais pelas empresas, erguendo aos olhos do leitor, uma vez mais, o fantasma do *dirigismo estatal*, acrescido das pechas da demagogia e da restrição da liberdade de criação:

Nos últimos 18 anos, as empresas brasileiras desenvolveram uma inteligência extraordinária para lidar com o incentivo à cultura e contribuíram para consolidar o setor. De seis anos para cá, o governo parece ter investido boa parte do seu tempo e do orçamento para retomar o espaço perdido para as empresas. Seria mais produtivo tentar elaborar com o setor privado uma proposta que corrija eventuais falhas da Lei Rouanet que adotar uma postura que mistura a pura demagogia com mais uma tentativa de dirigir a cultura e restringir a liberdade de criação (Idem, 18/04/2009).

O mesmo Leonardo Brant, que edita o blog *Cultura e mercado*, no dia 4 de dezembro de 2010 postou um artigo na internet, intitulado *Empreendedorismo cultural*⁶⁸, no qual defende a tese liberal do “Estado mínimo” e, é claro, preconiza a mínima interferência do governo no mercado das artes. Transcrevemos o bloco final do depoimento:

O futuro é incerto para todos nós. A expectativa do anúncio do próximo ministro da cultura deixa os empreendedores sem rumo, sem qualquer possibilidade de planejamento. Poderemos ter um ambiente aberto, livre, de compreensão das potencialidades do mercado cultural, com programas de incentivo direto para quem quer empregar, pagar imposto, explorar as imensas oportunidades que o país e mundo oferecem ao gestor cultural. Mas podemos ter uma política centralizadora, que manipula o próprio sentido da função pública de cultura, como se essa função fosse exclusividade de nichos e não de toda a atividade cultural existente no país, da pesquisa à indústria cultural.

O empreendedor é sempre um articulador político. De um jeito ou de outro, está sempre às voltas com igrejinhas, sindicatos, grupos, partidos, associações e redes. Enfim, faz parte do negócio articular e confabular por melhores condições de trabalho e por direitos culturais mais amplos. É comum o empreendedor investir 20%, 30% do seu tempo para tentar garantir que o Estado não atrapalhe suas atividades (não precisa ajudar, é só não atrapalhar).

O empreendedorismo cultural é dependente de uma política de Estado, com mecanismos constantes e um entendimento da força social e econômica desse tipo de atividade. Mas é dependente, sobretudo, da independência desses empreendimentos. Quanto menos atrelado às teias de poder, que atraem, aprisionam e consomem a riqueza cultural do país, mais haverá espaço para novos empreendedores e para a consolidação no Brasil de um dos mercados que mais cresce no mundo (BRANT, 2010).

⁶⁸ Disponível em <http://www.culturaemercado.com.br/cenario/gestao/empreendedorismo-cultural/>. Acesso em 18/03/2011

Sem chances de expressão na imprensa neoliberal, os grupos populares de cultura, na sua maioria favoráveis às mudanças proposta por Juca Ferreira, não ficaram passivos. Por exemplo: a ONG Crescer e Viver, uma escola de circo social radicada na Praça Onze, promoveu em sua lona um debate com o ministro, aberto ao público, no dia 12 de maio de 2010, intitulado *Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura: dirigismo ou democracia cultural?*. O objetivo foi levar ao ministro a opinião de grupos que produzem cotidianamente arte e cultura mas que, por terem uma clientela de baixa renda, estão inseridos em “outros contextos sociais”, como alertava o convite enviado pela internet aos integrantes da Rede Circo do Rio de Janeiro.

Em seu artigo *A mídia como instrumento de controle social*, Felipe Melo observa que toda e qualquer notícia passa, “necessariamente, por uma série de filtros antes de ser veiculada” (MELO, 2006, p.2). Entre os principais filtros, ele destaca os seguintes: “a linha editorial do grupo proprietário; a influência das empresas anunciantes; as fontes de informação; e a ideologia dominante que impregna os profissionais da área de comunicação” (Idem, 2006, p. 2). Dito isto, ele pondera:

Apesar de haver este controle, é comum encontrarem-se meios de comunicação que se autodenominam imparciais ou isentos, como se não respondessem a determinados interesses. Independentemente da posição assumida por qualquer meio informativo (“imparcial”, “objetivo”, “isento”, “independente”, “de centro”, “de direita”, “de esquerda”), nenhum deles é neutro, pois não existe o observador neutro. Toda matéria sofre influência dos valores de quem a escreve, de quem filma ou fotografa as imagens, de quem faz a edição e, finalmente, de quem lê, vê ou ouve a notícia (Idem, 2006, ps. 2-3).

Após liquidar o mito da imparcialidade, tão caro a diversos veículos da imprensa, Felipe Melo vai além e relaciona os mecanismos utilizados pela imprensa para controlar a opinião dos leitores:

Se, por um lado, os quatro filtros aqui mencionados já servem de crivo, há uma série de práticas sistemáticas bem estabelecidas que reforçam o direcionamento das notícias e que distraem as pessoas, impedindo-as de desenvolver um pensamento crítico. Entre estas principais práticas destacam-se: a repetição, o distinto tratamento concedido às partes adversárias (tempo, momento de cessão da palavra, uso de determinados termos, qualidade do orador), a citação sem crítica, a utilização de espaços dedicados a fatos corriqueiros, o recurso ao entretenimento em programas informativos e o uso excessivo das imagens ao vivo (Ibidem, 2006, p. 6).

Na matéria da revista *Época* acima mencionada, algumas dessas práticas são patentes: a *repetição* do mote do *dirigismo cultural*, e o tratamento distinto dado às partes adversárias: a matéria cita os argumentos do Ministério para mudar a Lei Rouanet, como a concentração excessiva dos recursos no eixo Rio/São Paulo para, logo em seguida, contra-atacar, tentando criar uma espécie de naturalização das desigualdades econômicas regionais:

Um dos argumentos usados pelo governo para revogar a Lei Rouanet é que ela centraliza os investimentos nas regiões Sul e Sudeste. De acordo com dados do MinC, as duas regiões somadas se beneficiaram de 80% da verba captada pela renúncia fiscal em 2007. O Centro-Oeste ficou com 11%, o Nordeste com 6% e o Norte com 3%. Mas essa distorção reflete, na verdade, as desigualdades do país – que não foram criadas pela Lei Rouanet. A distribuição dos recursos captados segue o mapa da arrecadação de impostos no país e não difere de quanto o próprio governo investe na cultura de cada região por meio do Fundo Nacional de Cultura, cujos recursos ele controla integralmente. É *natural*⁶⁹ que grandes centros produzam e consumam mais cultura. Na França, 70% dos recursos da cultura são gastos apenas em Paris (revista *Época*, São Paulo, Celso Masson, 18/04/2009).

A argumentação é tendenciosa. Em momento algum o ministro Juca Ferreira falou de revogar a Lei Rouanet. O seu objetivo era apenas *modificá-la*, no afã de diminuir as desigualdades econômicas regionais, que a matéria de *Época* considera uma distorção inerente à realidade brasileira (como se nada pudesse ou devesse ser feito para melhorar a situação). Em seguida, a matéria tenta desacreditar o MinC em sua proposta de diminuir a participação dos patrocínios empresariais pela criação de fundos setoriais, com o argumento de que o Fundo Nacional de Cultura, que já existe, repete a mesma concentração de recursos criticada na Lei Rouanet. É um ataque inteligente, sem dúvida, que usa o passado do MinC para desacreditar suas intenções futuras. Mas o ataque, em nenhum momento, propõe ações para melhorar a situação (e essa intenção é algo que está na própria origem da proposta ministerial de mudança na Lei, objetivo sempre esquecido nessas matérias da imprensa neoliberal). Numa assertiva mais grave ainda, a matéria considera *natural* “que grandes centros produzam e consumam mais cultura”, congelando, assim, no espaço e no tempo, as desigualdades econômicas regionais do Brasil. Além disso, a menção da situação francesa revela o esquecimento de que, no caso francês, há uma invejável descentralização de recursos financeiros, que são administrados pelas prefeituras do interior do país, que possibilitam

⁶⁹ A ênfase nesta palavra é do autor da dissertação.

inúmeras ações culturais locais (uma conjuntura bastante desejável, mas da qual o Brasil está bem distante).

Na sequência, essa matéria de *Época* também procura desacreditar a tese do MinC de que a Lei Rouanet pouco existe fora do eixo Rio/São Paulo:

Muitas empresas e produtores culturais, embora sediados nos grandes centros, atuam fora deles. “Faço eventos há dez anos no Norte e Nordeste com recursos da Lei Rouanet”, afirma o produtor cultural Afonso Borges, criador do projeto *Sempre um papo*, que promove debates com escritores. (Ibidem, 2009)

Pinçando um caso pontualíssimo, sem qualquer peso estatístico, a matéria parece insinuar que conseguir patrocínio pela Lei Rouanet é mera questão de competência profissional no mercado, esse território sagrado do capital onde o governo não deveria se intrometer, pois isso seria dirigismo, intervencionismo, protecionismo dos amigos etc. Temos aqui, portanto, um exemplo de citação sem crítica e de seleção cirúrgica de um depoimento que visa exclusivamente a formar consenso contra a proposta governamental de mudar a lei.

Pelo menos, em meio à artilharia pesada que a grande imprensa disparou contra Juca Ferreira e sua equipe do MinC, também surgiram análises mais equilibradas da situação, como esta que encontramos no próprio blog *Cultura e mercado*, intitulada *Lei de renúncia fiscal de incentivo à cultura*⁷⁰, assinada pela gestora cultural e pesquisadora em Política Cultural e Economia da Cultura Adriana Donato. Trata-se de reflexões a nosso ver mais condizentes com a realidade do funcionamento da Lei. Nós transcrevemos um trecho relevantes dessa análise, para opô-la aos raciocínios distorcidos apresentados pela matéria de Celso Masson na revista *Época*:

Hoje se discute a reforma da Lei Rouanet. Entre as críticas, que embasam a necessidade de mudança desta legislação, destaco duas que considero importantes. A primeira é a de que a Lei deveria estabelecer critérios para maior distribuição dos recursos entre as cadeias produtivas culturais e entre as regiões, já que hoje em sua maioria, estão concentrados na região Sudeste. Desta forma proporcionaria uma distribuição mais equilibrada. Segunda, é a forma de administração indireta que facilita o setor privado e conseqüentemente a própria inversão de valores.

⁷⁰ Disponível em <http://www.culturaemercado.com.br/conversacao/pontos-de-vista/lei-de-renuncia-fiscal-de-incentivo-a-cultura/>. Acesso em 28/02/2011.

Nas leis de renúncia fiscal, o Estado abre mão de uma parte do imposto e transfere o poder de decidir para as empresas. Essas possuem autonomia na hora de escolher quem irão patrocinar, se utilizando para isso de recursos públicos. Tais instituições optam por escolherem quem já está inserido no mercado cultural: grandes eventos, artistas de renome, instituições culturais já reconhecidas e desta forma só alguns são beneficiados. O financiamento público acaba favorecendo as empresas privadas, e invertendo a lógica, sendo elas consideradas os grandes patrocinadores das artes.

Nessa análise, mais objetiva que a realizada pela imprensa, fica evidenciado que a distribuição de recursos públicos para as diferentes regiões brasileiras deveria ser mais equilibrada e que é uma indesejável “inversão de valores” a política cultural em forma de administração indireta que facilita o setor privado com uso de recursos públicos.

3.5 – O que dizem os agentes culturais sobre a mudança da Lei Rouanet

Diversos artistas, produtores culturais e pareceristas técnicos da Lei Rouanet foram entrevistados para fazer um mapeamento de suas opiniões sobre a proposta de modificação deste dispositivo legal. As respostas mostram que a polêmica em torno do assunto está longe de terminar e que será difícil encontrar um consenso sobre os melhores caminhos a serem seguidos por Ministério da Cultura.

Uma produtora cultural que sempre foi ferrenha defensora do regime de patrocínio pelas empresas privadas, na medida em que domina o processo de enquadramento e de captação de recursos, teve bons olhos para a proposta de descentralização dos recursos feita pelo ministro (ressalvando, no entanto, o perigo do *dirigismo* alardeado pela grande imprensa):

A Lei precisava ser revista e a proposta do Ministro é válida, desde que funcione sem dirigismo. A criação de fundos setoriais possibilitará a pulverização dos recursos, atingindo regiões com fraca atuação cultural [Produtora Cultural 2].

Ao propor o que consideraria um bom sistema de financiamento, a produtora valorizou mais o mecenato, propondo um meio de facilitar e acelerar o processo de captação de recursos:

O processo de financiamento da cultura poderia seguir exemplos já aplicados em outros Estados, onde empresas patrocinadoras têm acesso a bancos de projetos já aprovados e vice-versa. Tal medida facilitaria o mecanismo de captação de recursos [Idem].

O suposto receio do *dirigismo* e do *clientelismo* alardeados pela grande imprensa levou um produtor cultural universitário, que já conseguiu patrocínio incentivado para seus projetos, a deplorar o repasse de verbas diretamente pelo poder público federal:

Não sou a favor, porque isso criaria dependência política e ideológica dos artistas e produtores culturais relativamente aos profissionais da política. O papel do Estado é incentivar a produção cultural através de leis, prêmios, concursos e, sobretudo, da criação, manutenção e expansão de instituições e acervos públicos – bibliotecas, museus, mitedecas, salas de espetáculo etc. Prefiro a Lei Rouanet. Repasse direto das verbas só vai servir às *curriolas* dos chefes e *chefetes* políticos [Produtor cultural universitário 1].

Em contrapartida, uma produtora cultural bem sucedida no campo das leis de incentivo demonstrou ter uma visão mais democrática e mais objetiva do mercado criado no setor cultural:

Acho que existe no Brasil uma grande confusão entre *indústria do entretenimento*, *projetos socioculturais* e *manifestações culturais sem cunho empresarial*. A indústria do entretenimento deveria ser financiada pelas empresas, com incentivo ou sem. Os outros projetos, sem apelo comercial ou inviáveis economicamente, estes sim, deveriam ser financiados diretamente pelo poder público e, neste caso, sem sofrer as restrições inerentes aos interesses institucionais dos co-patrocinadores privados de hoje [Produtora cultural 4].

Essa produtora falou de “restrições” porque sempre esteve, ao longo da sua carreira profissional, absolutamente consciente da sujeição dos artistas aos interesses das empresas patrocinadoras:

Minha experiência tem demonstrado que a adequação aos objetivos, não necessariamente de *marketing*, mas certamente institucionais, das empresas patrocinadoras, é condição *sine qua non* para a aprovação da esmagadora maioria dos projetos, tendendo essa adequação a ser, cada vez mais, feita antes mesmo do enquadramento. O prejuízo não é pelo fato em si do patrocínio por empresas, mas sim pelo fato de ter sido ultimamente, o único caminho buscado pela maioria dos produtores culturais, o que os torna cada vez mais “escravos” dos critérios das empresas [Idem].

Neste depoimento, é importante realçar a denúncia de que os produtores culturais já passaram a negociar com as empresas patrocinadoras *antes* mesmo de submeter o projeto ao crivo do Ministério da Cultura, evidenciando que, no processo de uso das leis de incentivo, já existe todo um fluxo de produção cultural atrelado exclusivamente aos objetivos e interesses empresariais, relegando a criação artística e a autêntica expressão cultural a um melancólico segundo plano.

Ao descrever o cenário de financiamento da cultura que consideraria ideal, esta produtora procurou fazer uma separação do *joio* e do *trigo* que, se fosse implantada no país, pelo menos daria mais espaço para os projetos artísticos e culturais que não combinam com o *marketing* das empresas patrocinadoras:

Em minha opinião, a indústria do entretenimento deveria ser o foco da lei de incentivo, mas com o objetivo claro de fomentar a autossuficiência do mercado de entretenimento cultural a longo prazo, como qualquer processo de incentivo dessa natureza (vide a reserva de mercado para a informática, vigente por 17 anos, pré-determinados, e que ajudou a colocar o Brasil numa posição de destaque mundial). Os projetos socioculturais e/ou estritamente culturais, sem viabilidade econômica, deveriam ser financiados diretamente pelo poder público, com critérios os mais transparentes e capilares possíveis. Será uma utopia? Quem poderia arriscar um prognóstico? [Ibidem].

Um agente cultural que atuou numa entidade de classe empresarial, além de dominar o processo de utilização das leis de incentivo, contava com a vantagem de que a instituição em que trabalhava abria as portas dos executivos patrocinadores com maiores facilidades do que os produtores culturais comuns. Neste cenário, ele viabilizou diversos projetos incentivados e explicou da seguinte maneira as causas do seu êxito:

Penso que são vários os motivos para o sucesso. O principal foi a disponibilidade e a disposição do proponente para pesquisar e agendar encontros nas empresas para a apresentação dos projetos. Saber quem é a pessoa responsável, quais são as diretrizes da empresa e a disponibilidade fiscal anual. Outro fator importante é a proposta do projeto, sua argumentação sobre a relevância cultural e os públicos atingidos. Mesmo na entidade de classe em que atuei, este trabalho não era nada fácil [Agente de marketing cultural 1].

Este entrevistado não esclareceu o porquê da não-facilidade, mas pode-se afirmar que uma das causas é esta: mesmo quando uma empresa patrocina um projeto com 100% de incentivo fiscal, a ação não representa um custo zero para a organização. Se o dinheiro for

aplicado em algo diferente, por exemplo, no mercado financeiro, essa aplicação poderá gerar maior rentabilidade para a empresa no uso de sua verba. Portanto, a não-facilidade reside no fato de que as empresas sempre escolhem os projetos que lhes proporcionem muitos retornos, maximizando todas as relações custo/benefício. As empresas querem retorno financeiro (os incentivos fiscais), de marketing institucional, de marketing de produtos ou serviços e também retorno de mídia espontânea. E poucos são os projetos alinhados a esse ponto, que oferecem tantas vantagens.

Este mesmo agente de marketing cultural, ao ser inquirido se considerava que o processo da Lei Rouanet colocava o produtor cultural submisso aos critérios empresariais de marketing, ele tratou de invocar uma suposta e falaciosa *liberdade de escolha* por parte do produtor cultural:

De certa forma, os artistas são submetidos, sim. No entanto, o proponente também tem a escolha e o direito de oferecer seu produto cultural para a empresa que tiver perfil mais adequado ao projeto. Conforme a argumentação do proponente, pode ser um excelente negócio para a empresa sem ter que submeter a nada. Temos que entender que o patrocinador é um cliente e nós é que temos de apresentar um projeto satisfatório para o cliente. Ninguém é obrigado a comprar um produto cultural (Idem).

Este agente também é favorável ao financiamento da cultura diretamente pelo governo e, num espírito francamente *capitalístico*, defendeu a manutenção do processo de incentivos fiscais controlado pelos departamentos de marketing das empresas e a multiplicação das fontes de recursos:

Penso que o poder público deve efetuar parte deste financiamento. A Constituição Federal garante acesso à cultura para todos os brasileiros. No entanto, os recursos não são suficientes para o total atendimento. Daí a importância da participação da iniciativa privada e de pessoas físicas no processo de patrocínio.

Penso que o mecanismo de renúncia fiscal e incentivo a cultura deve continuar. As mudanças na forma de uso desse incentivo são necessárias. Durante a existência da Lei Rouanet várias mudanças foram feitas, e para melhor. Temos que ter um equilíbrio.

Os fundos setoriais são bem vindos. É mais uma forma de financiamento. No entanto, o volume de recursos para cada edital é muito pequeno para atender à demanda nacional.

Penso que a Lei Rouanet deve continuar. Estados e municípios devem ser motivados para integrar o Sistema Nacional de Cultura, criando seus Fundos e Conselhos de Cultura. As ferramentas do marketing cultural devem ser

mais divulgadas e utilizadas, para motivar as empresa no financiamento de produções culturais (Ibidem).

Este entrevistado mostrou-se, assim, tão familiarizado com o processo de marketing cultural que nem sequer fez distinção entre a verba *pública* (que usualmente se considera que deve ser destinada a projetos não-comerciais que normalmente não interessam às empresas patrocinadoras) e a verba do *patrocínio empresarial* (que implica, como o próprio pesquisado afirmou, em “saber quem é a pessoa responsável, quais são as diretrizes da empresa e a disponibilidade fiscal anual”).

Uma documentarista, que sempre teve grandes dificuldades para conseguir patrocínios das empresas através da Lei Rouanet, sempre desejou o financiamento direto da produção cultural pelo poder público:

Apoio integralmente o ministro. Um fundo como este da nova lei funcionaria melhor. Editais com um júri multidisciplinar e o mais isento possível. Proibição de investimento em causa própria e não como está na nova lei, que as empresas podem investir nas fundações privadas deixando um troco no fundo (isto é negociação de bastidor). Valorizar o que não é comercial, pois este é um produto que já se paga. Sendo comercial pode até receber verba, mas deve devolver o dinheiro depois. Também é preciso valorizar a cultura popular, as regiões menos favorecidas e os projetos mais inovadores. E reservar um fundo para formação e capacitação de produtores culturais [Documentarista 1].

Um agente cultural que trabalha como parecerista de projetos encaminhados para enquadramento na Lei Rouanet e que desejou manter-se anônimo, fez críticas à proposta de Juca Ferreira:

Acho que a Lei Rouanet precisa, sim, de mudanças e de correções de rumo. Mas o que o Juca Ferreira está propondo é jogar pela janela a água da bacia com o bebê junto. A Lei Rouanet – ao contrário do que diz a máquina de propaganda montada pelo ministro – tem muito mais aspectos positivos do que negativos. Teve uma enorme importância na democratização da cultura no país. Tem que mudar? Lógico que sim. Mas não ser revogada e substituída por esse projeto Procultura esquisitíssimo, que até hoje ninguém sabe direito do que se trata. Por exemplo: Juca Ferreira diz que 70% dos projetos beneficiados são de proponentes do Sul e Sudeste, e no Procultura não existe uma linha ou ideia alterando este fato – que, aliás, se repete na própria política direta do MinC, já que 70% dos projetos aprovados no Fundo Nacional de Cultura são de proponentes do Sul e Sudeste. É muito *papo*, muita propaganda e pouca ação efetiva. Acho a criação de fundos setoriais uma ideia boa, mas que pode também se transformar numa enorme máquina *burrocrática* para complicar ainda mais a já tão difícil arte de

conseguir colocar um projeto nos mecanismos de apoio. Mesmo assim, acho que estes fundos diretos deveriam correr em paralelo com uma política de mecenato via Lei Rouanet, revigorada [Parecerista Técnico 1].

Como parecerista da Lei Rouanet, este entrevistado têm uma visão de alguns dos problemas internos do Ministério da Cultura e das entidades a ele subordinadas que raramente se tornam conhecidos do público – e muitas vezes não chegam aos ouvidos dos repórteres. Quando perguntado sobre qual deveria ser o processo ideal de financiamento à cultura brasileira, ele respondeu:

Para começar, acho que o governo deveria olhar a cultura como uma prioridade, o que nunca aconteceu na história deste país. O MinC é um arremedo de ministério, onde falta tudo: falta gente, equipamentos e faltam, principalmente, ideias. Lógico, também falta dinheiro! Os incentivos culturais movimentados via Lei Rouanet – cerca de um bilhão de reais por ano – são mais do que a verba direta do próprio ministério. E são o *cocô do cavalo do bandido*, em meio ao orçamento federal. Qualquer palaciozinho do Gilmar Mendes⁷¹ custa mais caro do que a verba inteira do MinC! Acho que era necessário facilitar mais as coisas. Dar 100% [de incentivo fiscal] para todos os projetos patrocinados e ter um mecanismo eficaz de controle e monitoramento. Você sabia que existem mais de 5.000 processos de prestação de contas de projetos da Lei Rouanet, intocados, guardados em gavetas à espera de análise técnica, isso só na FUNARTE⁷²?

Fora isso, seria necessária a diversificação dos mecanismos de financiamento – como já acontece na Secretaria do Audiovisual, com os editais do tipo FINEP⁷³, onde o projeto recebe a grana, mas depois tem que devolver *tudinho*, ficando a FINEP como sócia do projeto. Projetos não-comerciais deveriam ter linhas de financiamento a fundo perdido, assim como projetos do patrimônio histórico, de memória etc. Isto sim, seria fazer política cultural: criar prioridades, sanar urgências. E deixar a Lei Rouanet (renovada) financiando os projetos patrocináveis.

⁷¹ Referência ao atual ministro do Supremo Tribunal Federal do Brasil. A afirmação de que o ministro possui “palaciozinho” é da inteira responsabilidade do entrevistado, não do autor desta dissertação, que apenas preservou, na íntegra, a resposta dada à sua pergunta.

⁷² Conforme encontramos no próprio *site* da instituição, a Fundação Nacional de Artes (FUNARTE) é o órgão responsável, no âmbito do Governo Federal, pelo desenvolvimento de políticas públicas de fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo. Vinculada ao MinC, a Fundação tem como objetivos principais o incentivo à produção e à capacitação de artistas, o desenvolvimento da pesquisa e a formação de público para as artes no Brasil. Para cumprir essa missão, a Funarte concede bolsas e prêmios, mantém programas de circulação de artistas e bens culturais, promove oficinas, publica livros, recupera e disponibiliza acervos, provê consultoria técnica e apóia eventos culturais em todos os estados brasileiros.

⁷³ A Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), é uma empresa pública brasileira de fomento à ciência, tecnologia e inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e outras instituições públicas ou privadas. Vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), a FINEP foi criada em 24 de julho de 1967, para institucionalizar o Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas, criado em 1965.

Um artista militante, integrante da Rede Brasileira de Teatro de Rua, mostrou-se totalmente refratário à Lei Rouanet:

Sou radicalmente contra a Lei Rouanet. A Rede Brasileira de Teatro de Rua definiu sua posição contrária a esse mecanismo desde 2007, na Carta de Salvador, e tem lutado pela sua extinção desde então, por entender que a cultura deve receber aportes direto do Estado, em todas as suas instâncias: federal, estadual e municipal. Creio que esse tensionamento criou um cenário mais propício para as modificações ora apresentadas pelo MinC através da Lei do PROCULTURA [Artista de Teatro de Rua 1].

Esse mesmo entrevistado é crítico contundente do processo de criação de um pequeno grupo de produtores culturais privilegiados e do favorecimento às empresas patrocinadoras:

Vamos falar um pouco sobre verba pública? Trata-se de um dinheiro que o governo arrecada através de impostos e outros, para suas ações governamentais. Esse dinheiro é de todos e tem a função estratégica de construir uma nação mais democrática, igualitária e justa. Esse deveria ser o espírito público que orientasse qualquer escolha dos órgãos do estado, preservando o direito às diferenças e o acesso às fontes estatais em condições de igualdade. Porém ele está excluído dos mecanismos da Lei Rouanet, desde o início em 1995, através da cartilha adotada pelo MinC: "Cultura é um bom negócio". Privatizou-se o poder decisório e, com ele, o papel exigido de um Ministério e de uma política pública, reduzindo-se a política cultural a uma ação dos interesses privados das empresas [Idem].

Naturalmente, esse agente cultural é favorável à mudança na Lei Rouanet e à criação dos fundos setoriais de repasse direto das verbas pelo poder público. Mas ele também realça o que considera como avanços necessários, que ainda não foram efetuados:

Sim, sou a favor dos fundos. É para isso que estamos lutando, mas não basta criar os fundos setoriais. É fundamental contribuírmos com lógicas mais inclusivas e mais democráticas na aplicação desses fundos. Orai e vigiai. No entanto, essa conquista ainda está muito longe de ser alcançada, pois os militantes culturais progressistas estão em fase de conquista dos espaços políticos de dariam voz aos excluídos. Estamos às vésperas da II Conferência Nacional de Cultura e a Rede Brasileira de Teatro de Rua elegeu delegados em todos os estados onde ela atua (23). Estamos trabalhando para tirar uma pauta em comum com os delegados de circo, do teatro em comunidade, do teatro dos negros etc. Queremos representatividade nos Colegiados Setoriais, no Conselho Nacional de Políticas Culturais, nos Conselhos Estaduais e Municipais de Cultura. O Plano Nacional de Cultura aponta para grandes conquistas, mas as elites estão fazendo uma resistência enorme com relação a esses avanços. A sorte está lançada [Ibidem].

Um agente cultural do interior do Estado do Rio de Janeiro, que já foi Secretário Municipal de Cultura e é produtor teatral, apontou um dos problemas da Lei Rouanet: a concentração dos patrocínios nas capitais, deixando as cidades menores com poucos patrocínios:

Sou a favor da Lei Rouanet. Porque existem eventos que o Estado não tem capacidade de realizar. Então, através da renúncia fiscal, deixa o mercado produzir. O aspecto positivo da lei é a possibilidade de o Estado renunciar parte de seus impostos para a produção cultural. O negativo é que as grandes empresas e seus departamentos de marketing acabam determinando o que é bom ou ruim em cultura. Além de obrigar os artistas a se submeterem ao marketing empresarial, a cultura feita nas cidades pequenas não interessa às grandes corporações, a não ser que elas tenham sua sede ou sua fábrica no local [Produtor teatral 2].

Esse mesmo agente cultural não vê muitas diferenças no desempenho das empresas patrocinadoras, sejam elas públicas ou privadas:

As empresas estatais não têm uma política de patrocínio melhor do que as privadas. Veja, por exemplo, a Eletrobrás. Que grupo ou espetáculo de teatro do interior ela já patrocinou, a não ser que seja apadrinhado por algum político? E a Petrobrás? E Furnas? A política é a mesma, são empresas de um país capitalista, também elas buscam o lucro. Entre patrocinar a Fernanda Montenegro ou a Folia de Reis de Duas Barras, qual será a decisão do departamento de marketing? [Idem].

Sobre a mudança na Lei Rouanet, este entrevistado acha que o mecenato não deve acabar e que o poder público deveria mesclar dois mecanismos de incentivo à cultura. Além disso, ele sugere uma dinâmica original de provimento dos recursos para os fundos públicos de cultura:

Os dois sistemas [patrocínio das empresas e fundos públicos de cultura] deveriam funcionar interligados, mas independentes. O dirigismo estatal é perigosíssimo. Cada empresa que se beneficiasse de incentivo fiscal deveria ser obrigada a depositar no Fundo Nacional de Cultura (ou estadual ou municipal, dependendo da origem da lei), 10% do valor total dos valores pleiteados. Por sua vez, os governos depositariam neste fundo 1% do orçamento. Na divisão deste bolo, seria adotado o mesmo método do SUS – Sistema único de Saúde, tomando como base a população de cada município, com mínimos e máximos. São Paulo e seus quase quinze milhões de habitantes não entrariam na mesma proporção que uma cidade do interior do Rio, com seus 110 mil habitantes, por exemplo [Ibidem].

Neste mar de opiniões diversificadas, nossa pesquisa encontrou até mesmo um produtor teatral que é formado em Economia e criou uma organização não-governamental

bem sucedida que proporciona cursos de teatro e, em um mini-teatro, apresenta espetáculos de produção própria e de terceiros. Ele se revelou contra o financiamento da produção artística pelo governo. Na sua visão, o papel do poder público deve ser outro:

Acho que o poder público deve servir como alavancagem de processos de autogestão, como aconteceu com o Carnaval. O financiamento puro gera distorção. Quando à mudança na Lei Rouanet, acho que ela tem que ser modificada sim, mas não desta maneira, pois mantém o financiamento da produção e o foco, no meu entender, tem de ser financiamento ao acesso. O processo de financiamento deve ser ao acesso (ao produto cultural) e não à produção [Produtor teatral 3].

Nossa série de entrevistas será finalizada com os depoimentos de uma produtora editorial, com idade acima dos 90 anos, que declarou nunca ter conseguido utilizar a Lei Rouanet:

Nenhuma empresa se interessou. Acredito que não houvesse apelo comercial nem visibilidade da empresa no mercado [Produtora editorial 1].

Esta produtora, que viabilizou seus livros através do investimento privado ou da venda de exemplares para o poder público, ao ser perguntada se era contra ou a favor da Lei Rouanet, apontou o problema maior registrado ao longo de mais de uma década de vigência do processo federal de incentivos fiscais – o excesso de poder de decisão concedido às empresas:

Sei que a Lei foi modificada com a contribuição de agentes culturais, mas ainda não estudei a fundo as alterações. De qualquer modo, acho arriscado deixar a seleção do que vai ou não ser dado ao público na mão de quem tem apenas interesses comerciais. [...] Para a empresa é importante que o projeto seja comercial e dê visibilidade à empresa. Os interesses da empresa, no caso, estão à frente dos interesses da produção e divulgação de valores culturais reais (Idem).

Ao responder a pergunta seguinte, esta entrevistada jogou luz sobre um ponto que permaneceu desconsiderado por todos os demais participantes da nossa pesquisa etnográfica: já houve tempo, no Brasil, em que os *mecenas* eram dispensáveis, pois era possível obter receita satisfatória com os produtos culturais:

Eu acredito que as empresas estatais têm, sim, uma política de patrocínio melhor que a da iniciativa privada. Há sempre mais compromisso com as propostas do governo em relação à cultura, mas, mesmo assim, acho muito arriscado que o desenvolvimento cultural esteja nas mãos do empresariado, seja ele privado ou público. Sou de uma época em que os produtos culturais eram rentáveis: teatro, cinema, livros, discos... Os autores e produtores não dependiam de “mecenas”. Os produtos davam retorno a seus produtores [Ibidem].

Em seguida, esta produtora discorreu sobre o sistema de financiamento à cultura que, a seu ver, poderia ser considerado adequado, além de comentar sobre as mudanças na Lei Rouanet:

O ideal seria que os bens culturais fossem valorizados e rentáveis e não dependessem de dinheiro público. Haverá sempre controle de quem financiar, inclusive selecionando o que vai ou não chegar ao público. O problema maior que eu vejo é a falta de valorização dos bens culturais e artísticos e a valorização cada vez maior da mediocridade. A Lei Rouanet já mostrou que não funciona bem. Se as mudanças serão para melhor, só o tempo dirá [Ibidem].

Por fim, a produtora editorial concluiu:

Acho que o papel da educação é fundamental na formação de um público capaz de distinguir os reais valores culturais. Infelizmente, tenho observado nas escolas e na mídia em geral que a opção é sempre para o medíocre. As poucas iniciativas para veicular, seja por que meio for, bens culturais com real valor artístico-cultural, não têm tido sucesso em termos de rentabilidade e autossustentação. Basta assistir aos programas de qualquer canal de televisão (noticiário, novelas, programas de auditório), para constatar o que vem sendo veiculado em termos de “cultura” neste país. E, na realidade, o compromisso da mídia deveria ser contribuir para elevar o nível cultural do povo [Ibidem].

Nossa pesquisa indicou, portanto, um quadro polifacetado, no qual proliferam opiniões variadas, contra e a favor do processo de incentivos que subordina a produção cultural ao marketing empresarial e contra até o financiamento da produção pelo governo, como é o caso da opinião do Produtor Teatral 3. Mas a pesquisa deixou evidente que os artistas e produtores culturais com dificuldades para conseguir patrocínio empresarial (ou que são radicalmente contrários a esse processo, por entender que o governo não pode deixar o poder de decisão nos departamentos de marketing das empresas), são claramente favoráveis a mudanças na Lei Rouanet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No capítulo 1, vimos que, no Brasil, a política federal de cultura evoluiu de um processo marcado pela forte presença e interferência do Estado, na Era Vargas e na ditadura militar, para um regime de ausência do poder público. No período getulista, a intervenção do aparelho estatal na cultura tinha como meta principal “criar uma nação”, apropriando-se e reelaborando “os símbolos populares da cultura um meio privilegiado para tal fim” (PITOMBO, 2004). Já durante o regime militar pós-64, a elite dirigente tinha como objetivo primordial “garantir a segurança e a integração do país, tendo como argamassa dessa união nacional o promissor mercado de bens simbólicos que começava a se consolidar” (Idem, 2004).

O processo de redução da participação do poder público federal na cultura foi iniciado no governo de José Sarney, que criou uma lei federal de incentivo fiscal à cultura, com o objetivo de atrair capital das empresas privadas para o financiamento da produção artística do país. Na gestão de Sarney, a área cultural foi valorizada com a criação do Ministério da Cultura, separando o setor da Educação, e diversos órgãos públicos de cultura, como a FUNARTE, a Fundação Casa de Rui Barbosa, a Fundação Nacional Pró-Memória e a EMBRAFILME, entre outros.

O nascimento da Lei Sarney coincidiu com o momento histórico em que a economia brasileira foi obrigada a atrelar-se a uma nova ordem econômica internacional, na qual cabia ao Estado “uma atuação revestida de um caráter eminentemente empresarial, enquanto agente articulador, normativo, regulador e indutor de desenvolvimento – já que entrou definitivamente numa era de delegação, privatização e desregulamentação” (COMAROFF, 1997, APUD PITOMBO, 2006).

A Lei Sarney, no entanto, não funcionou a contento: as propostas culturais não passavam pelo crivo do poder público, não existiam processos de fiscalização do uso do dinheiro público pelos produtores culturais, ficou restrita às 4.700 empresas de natureza cultural que conseguiram se cadastrar no MinC para poder utilizá-la. E foi extinta, apenas quatro anos depois de criada, sob suspeitas de ter favorecido apropriações indébitas de dinheiro público.

Com a criação da Lei Rouanet no governo de Fernando Collor, foi consolidado o processo de adoção de políticas econômicas neoliberais, dentro de um projeto que visava à

modernização do país. O receituário neoliberal – arquitetura de um “Estado mínimo”, adoção de sistemas de gestão privada pelo poder público, diminuição das fronteiras entre público e privado, eleição do livre mercado como o grande condutor da economia – foi adotado também pela área cultural, dando início a um processo de mercantilização intensiva da produção artística e cultural brasileira.

Quanto às diferenças entre a Lei Sarney e a Lei Rouanet, podemos sintetizá-las nos seguintes aspectos: a Lei Rouanet exigia prévia aprovação dos projetos, para gozo dos incentivos fiscais, providência dispensável no caso da Lei Sarney; enquanto a Lei Rouanet acabou permitindo a participação da figura do captador de recursos, do intermediário entre o produtor cultural e a empresa patrocinadora, facilitando a conquista de patrocínio, a Lei Sarney vetava explicitamente a figura do captador; a Lei Rouanet tinha e tem procedimentos de fiscalização do uso dos incentivos fiscais pelos produtores culturais, ao passo que a Lei Sarney não tinha esse controle e facilitava o uso de dinheiro público em *projetos de fachada* e o consequente desvio das verbas para bolsos particulares.

Na gestão neoliberal de Fernando Collor, o Ministério da Cultura perdeu força e foi reduzido a uma simples Secretaria, na qual o cineasta Ipojuca Pontes, à frente do cargo, fez uma política de terra arrasada e promoveu um cruel desmonte da máquina estatal de cultura, interrompendo de maneira abrupta vários projetos em andamento. Por isso registramos no capítulo 1 a perplexidade vivenciada por Ben Ross Schneider, professor de Ciência Política do Massachusetts Institute of Technology (MIT), que estudou a gestão de Collor: “o governo Collor adotou uma política de privatização sem um mandato eleitoral neoliberal, sem a pressão de partidos políticos de direita e sem que uma tecnocracia neoliberal tivesse se apoderado do Estado” (SCHNEIDER, 1992, p.6).

Após o *impeachment* de Fernando Collor, a Lei Rouanet foi sedimentada no governo de Fernando Henrique Cardoso, tendo à frente da Pasta da Cultura o ministro Francisco Weffort. Com base na pesquisadora Lia Calabre, que estudou a legislação cultural na época de Weffort, ficou evidente que “praticamente um terço da legislação cultural promulgada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso foi direcionada às questões da lei de incentivo” (CALABRE, 2005, p. 9). Por outro lado, nessa época, o governo “não elaborou propostas, planos ou diretrizes de gestão pública para o campo da cultura”, o que permitiu a Lia Calabre afirmar que “as leis de incentivo tornaram-se a política cultural do ministério da Cultura na

gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso e do ministro Francisco Weffort” (Idem, 2005, p. 9).

Como vimos nos estudos do IPEA, o poder público federal restringiu seu papel à aprovação prévia dos projetos para gozo de incentivos fiscais e deixou a cargo das empresas brasileiras (privadas e estatais) a tarefa de decidir quais projetos culturais seriam ou não realizados. Como durante cerca de uma década a Lei Rouanet foi a única forma de obtenção de recursos para a produção cultural, os artistas e produtores culturais brasileiros viram-se na triste contingência de terem que subordinar suas propostas aos critérios de marketing institucional ou do marketing de produtos e serviços das empresas patrocinadoras. Com base em estudo de Lia Calabre, verificamos que a Lei Rouanet tornou-se a própria política cultural da gestão de Francisco Weffort. Analisando a legislação cultural criada na época, Calabre concluiu que “praticamente um terço da legislação cultural promulgada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso foi direcionada às questões da lei de incentivo” (CALABRE, 2005, p. 9). Por outro lado, “o governo não elaborou propostas, planos ou diretrizes de gestão pública para o campo da cultura” (Idem, 2005, p. 9).

Outra estudiosa, Maria Arminda Arruda, investigou o período da gestão de Fernando Henrique Cardoso e concluiu que ele tinha uma visão *internacionalista*, identificada com os novos tempos, avessa ao que o próprio presidente, na época, denominou de “nacionalismo xenófobo” (CARDOSO, APUD ARRUDA, 2003). Nesse contexto, essa autora argumenta que, como a globalização se tornou a “expressão mais vigorosa do mundo contemporâneo”, as formas do *nacionalismo xenófobo* foram rejeitadas nesse contexto e, o que é mais sério, “impondo a atualidade inescapável da inserção da cultura na dinâmica internacional” (Idem, 2003). Parra Arruda, Fernando Henrique desejou um avanço em direção à modernidade globalizada, que pressupunha “acatar tanto as transformações do papel do Estado como a consequente dinâmica do mercado”. A globalização teria criado, assim, uma “nova realidade”, que abrangia “as mais variadas dimensões da sociedade”, movimento ao qual “a cultura não tem como escapar” e sequer deve furtar-se, pois ela também precisaria estar no mesmo compasso das “tendências mundialmente mais avançadas” (Ibidem, 2003).

Desta conjuntura, apresentada no governo Fernando Henrique Cardoso, emergiram os objetivos principais do nosso estudo, voltados para a verificação dos seguintes aspectos da Lei Rouanet:

a) No plano teórico, a Lei Rouanet e o processo de mediações que ela desencadeou poderia ser considerada um *dispositivo*, nos moldes cunhados por Foucault?

b) O processo da Lei Rouanet poderia ser considerado um instrumento da *sociedade de controle*, nos termos preconizados por Deleuze, domesticando os nossos artistas e demais agentes culturais, aprisionando-os no *mercado de patrocínios* e assim colocando sua criatividade a serviço do capitalismo?

c) Como obrigava artistas e produtores culturais a se tornarem *empreendedores* do mercado cultural, a Lei Rouanet também poderia ser considerada um mecanismo de *produção de subjetividade*, nos termos preconizados por Félix Guattari?

d) Em tempos de economia globalizada e formação do *Império*, como afirmaram Toni Negri e Michael Hardt, poderia a produção artística e cultural ser vista como *trabalho imaterial* apropriado pelo capital, à semelhança d?

e) Após essas verificações, nos interessamos, através de uma pesquisa etnográfica, em examinar quais as conseqüências do processo da Lei Rouanet sobre diversos tipos de artistas e produtores culturais do Rio de Janeiro, para observar se a força revolucionária da arte e seus processos de criação de singularidades haviam sido ou não esmagados pela atual sociedade de controle, onde já se prenunciam as formas de governo do *liberalismo avançado*.

De um ponto de vista puramente teórico, e já no Capítulo 2, verificamos que o próprio Foucault, em *Dits et Écrits*, indicava que uma lei é, sim, um dispositivo. Em seguida, apoiando-nos no trabalho de Giorgio Agamben, que investigou o conceito de dispositivo na obra de Foucault, chegamos à conclusão de que o processo da Lei Rouanet se ajusta ao conceito *ampliado* de Agamben. Fazendo a genealogia do termo, ele descobre que Jean Hyppolite, um dos professores de Foucault, em um livro sobre o jovem Hegel, usa o termo “positividade” para descrever como o filósofo, na sua juventude, denominava “o elemento histórico, com toda sua carga de regras, ritos e instituições impostas aos indivíduos por um poder externo, mas que se torna, por assim dizer, interiorizada nos sistemas das crenças e dos sentimentos” (AGAMBEN, 2009, p. 32). Conclui então Agamben que Foucault tomou emprestado este termo, que se tornaria, mais tarde, *dispositivo*. A intenção era fazer uma “relação dos indivíduos como seres viventes e o elemento histórico”, entendendo com este termo “o conjunto das instituições, dos processos de subjetivação e das regras em que se concretizam as relações de poder” (Idem, 2009, ps. 32 e 33).

Em seguida, Agamben analisa como a expressão grega *oikonomia* gerou a palavra *economia*, através da qual padres tentaram racionalizar o mistério da Santíssima Trindade, com o argumento de que “Deus, quanto ao seu ser e à sua substância, é certamente uno; mas quanto à sua *oikonomia*, isto é, ao modo em que administra a casa, a sua vida e o mundo que criou, é ao contrário, tríplice”. A falha do argumento, conforme Agamben, foi separar em Deus “o ser e a ação, a ontologia e a práxis” (Idem, 2009, p. 37). Assim, a partir de Clemente de Alexandria, a noção de *oikonomia* “se funde com a noção de providência, e passa a significar o governo salvífico do mundo e da história dos homens” (Ibidem, 2009, ps. 37 e 38). Nos escritos dos padres latinos, a economia divina foi traduzida como “*Dispositio*” (Ibidem, 2009, p. 38). Por isso, para o filósofo italiano, o termo “dispositivo” é investido de toda a complexa esfera semântica da *oikonomia* teológica – e os dispositivos Foucaultianos estão de algum modo conectados com essa herança. Agamben chega, então, a uma conclusão importante para os objetivos desta dissertação: o termo dispositivo “nomeia aquilo em que e por meio do qual se realiza uma pura atividade de governo sem nenhum fundamento no ser” (Ibidem, 2009, p. 38). Por esse motivo, “os dispositivos devem sempre implicar um processo de subjetivação, isto é, devem produzir o seu sujeito” (Ibidem, 2009, p. 38). O pensador italiano chega, por fim, a um conceito ampliado da expressão, chamando de dispositivo “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (Ibidem, 2009, p. 40).

Com base nessas reflexões, concluímos que a Lei Rouanet é, sim, um *dispositivo* que, desde sua criação, instaurou um processo de produção de subjetividade, visando à transformação de artistas e produtores culturais em empreendedores capitalistas, bem sucedidos no mercado dos patrocínios, deixando à margem aqueles que não conseguiram bom desempenho competitivo. Acompanhando os passos de Agamben, afirmamos que a Lei Rouanet pode ser considerada um processo que “captura, orienta, determina, intercepta, modela e controla” a produção artística e cultural do país, “assegurando os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos” dos agentes culturais na direção do mercado, da arte rebaixada à condição de mercadoria, e que necessita de estratégias de *marketing* para se viabilizar e para atingir seu público-alvo.

As operações da lei obrigam os artistas e produtores culturais ao preenchimento de formulários padronizados, ao atendimento a exigências burocráticas, ao disciplinamento da

linguagem, à criação de estratégias de *marketing cultural* para lograr êxito na captação de patrocínio, a aprendizagem de técnicas de negociação com executivos de empresas patrocinadoras e os procedimentos de gestão e divulgação de projetos, entre outras necessidades. Tudo isso configuram uma verdadeira subordinação da produção artística aos critérios de comunicação corporativa e de *marketing* das empresas patrocinadoras.

Após mostrar como Foucault e Deleuze descreveram a passagem da *sociedade disciplinar* para a *sociedade de controle*, nosso estudo se voltou para o exame da possibilidade ver o processo da Lei Rouanet, da fase de preenchimento do formulário padronizado para conseguir a aprovação do Ministério da Cultura à elaboração de um projeto de marketing para conseguir patrocínio nas grandes empresas, como um instrumento da sociedade de controle.

Após analisar a estrutura completa do formulário padronizado da Lei Rouanet, concluímos que seu preenchimento é um processo que, ao mesmo tempo, implica em *produção de objetividade e produção de subjetividade*. Com base em Nikolas Rose, vimos como o formulário objetiva a proposta do artista, em textos sintéticos, cronogramas, orçamento detalhado, compondo uma verdadeira *retórica*, “uma maneira de objetivar, caracterizar, inscrever e preservar de outra forma visões efêmeras e subjetivas” (ROSE, 1999, p. 36). Para Rose, um formulário, um mapa, uma tabela ou um diagrama “é uma pequena máquina destinada a produzir convicção nos outros” (Idem, 1999, p. 36). Conclui o autor inglês: “dispositivos de inscrição são técnicas materiais do pensamento que tornam possível a extensão da autoridade sobre aquilo que elas parecem representar” (ROSE, 1999, p. 37). Em outras palavras, é a *governamentalidade* que está por trás de todas essas operações, conduzindo a conduta dos artistas e agentes culturais, que estão presos nas teias das relações sociais de poder.

A dinâmica de treinamento dos artistas para o mercado, que começa no formulário burocrático imposto pelo governo, se completa na segunda etapa, em que o caçador de patrocínios precisa aprender a elaborar projetos de marketing para as empresas patrocinadoras em potencial, além de aprender a negociar com executivos. A *repetição* do processo vai transformando os artistas em empreendedores, em profissionais de mercado, em serviçais dos jogos de marketing das empresas. Dessa forma se instaura sobre artistas e produtores culturais o que denominamos controle biopolítico, não nos termos inicialmente cunhados por Foucault, mas sim na atualização feita por Toni Negri e Michael Hardt, os autores de *Império*. Para eles,

a *sociedade de controle* dos dias de hoje deve ser entendida “como aquela que se desenvolve nos limites da modernidade e se abre para a pós-modernidade”, na qual “os mecanismos de comando se tornam cada vez mais *democráticos*, cada vez mais imanentes ao campo social, distribuídos por corpos e cérebros dos cidadãos” (NEGRI E HARDT, 2001, p. 42). Nesse contexto, “os comportamentos de integração social e de exclusão próprios do mando são, assim, cada vez mais interiorizados nos próprios súditos”. Em outras palavras, ocorre produção de *subjetividades controladas*.

Em sua obra *Nascimento da biopolítica*, Foucault mostrou que “a vida agora se tornou objeto de poder”. O conjunto da população passou a ser objeto de investigação e controle do poder. Com o tempo, o *biopoder* (conforme Hardt e Negri) se torna “a forma de poder que regula a vida social por dentro, acompanhando-a, interpretando-a, absorvendo-a e a rearticulando”. Nesta perspectiva, o poder só pode adquirir comando efetivo sobre a vida total da população quando se torna função integral, vital, “que todos os indivíduos abraçam e reativam por sua própria vontade” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 43). A função mais elevada desse poder é envolver a vida totalmente, e sua tarefa primordial é administrá-la. O biopoder, portanto, se refere a uma situação “na qual o que está diretamente em jogo no poder é a produção e a reprodução da própria vida” (Idem, 2001, p. 43).

Em nosso trabalho, seguimos, portanto, os conceitos de Negri e Hardt, para os quais na economia globalizada do Império existe um *novo paradigma de poder*, definido “pelas tecnologias que reconhecem a sociedade como o reino do biopoder” (HARDT E NEGRI, 2001, p. 43). Para os dois pensadores, no tempo da sociedade disciplinar os efeitos das tecnologias biopolíticas ainda eram parciais, “no sentido de que o ato de disciplinar se desenvolvia de acordo com lógicas relativamente fechadas, geométricas e quantitativas” (Idem, 2001, p. 43). Mas as disciplinas não chegaram a “permear inteiramente a consciência e o corpo dos indivíduos, ao ponto de tratá-los e organizá-los na totalidade de suas atividades” (Ibidem, 2001, p. 43). Mas, “quando o poder se torna inteiramente biopolítico, todo o corpo social é abarcado pela máquina do poder e desenvolvido em suas virtualidades”, numa relação que é “aberta, qualitativa e expressiva” (Ibidem, 2001, p.43).

Baseado nessas considerações, nosso trabalho sugere que a Lei Rouanet, ao ser criada, possuía um duplo objetivo biopolítico: formar artistas empreendedores a serviço do marketing das empresas e ao mesmo tempo habituar os executivos das grandes empresas a prover os

recursos financeiros para a produção cultural através do regime de patrocínio, de modo a compensar a carência de recursos federais na área cultural.

Para Hardt e Negri, a passagem da *sociedade disciplinar* para a *sociedade de controle* se deu “pela intensificação e uma síntese dos aparelhos de normalização de disciplinaridade que animam internamente nossas práticas diárias e comuns” (Ibidem, 2001, p. 43). Mas, em contraste com a disciplina, “esse controle estende bem para fora os locais estruturados de instituições sociais mediante redes flexíveis e flutuantes” (Ibidem, 2001, p. 43).

Aplicando a visão Negriana e Hardtiana ao processo da Lei Rouanet, concluímos que, disfarçado de instrumento democrático, supostamente aberto ao uso dos artistas e produtores culturais em escala nacional, na prática funciona como um desses “aparelhos de normalização e disciplinaridade”, pois se consolidou durante toda uma década como o único caminho de obtenção de recursos financeiros para a produção artística nacional. E, nesse contexto, a “prática diária e comum” da grande maioria dos agentes culturais é premida pela necessidade de aprender como atuar e como se comportar no mercado cultural, dentro de uma rede flexível de relacionamentos, que envolve advogados ou redatores especializados, consultores de *marketing* cultural, orçamentistas, *designers* da parte visual dos projetos, captadores de recursos, profissionais de mídia, gestores de finanças e de processos de prestação de contas. Nesse novo reino de controle biopolítico da população, a função mais elevada do poder é envolver a vida totalmente, tendo como tarefa primordial administrá-la. O biopoder, portanto, se refere a uma situação na qual “o que está diretamente em jogo no poder é a produção e a reprodução da própria vida” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 43).

Nesta perspectiva, concluímos, na metade do Capítulo 2, que a Lei Rouanet é, ao mesmo tempo:

- a) Na fase inicial do processo, de aprovação prévia do projeto no Ministério da Cultura, um *processo de disciplinamento* dos artistas na aprendizagem de como suas criações devem ser classificadas, planejadas, apresentadas, descritas, orçadas, e alinhadas com a burocracia governamental;
- b) Na fase posterior, de captação de patrocínio e prestação de contas, um *instrumento de controle* criado para *conduzir a conduta* de um segmento da população, os artistas e produtores culturais, de modo a treiná-los para viabilizar suas criações no mercado de patrocínios (e não mais através da concessão de verbas do poder público). Assim eles se tornam, como apontou Foucault, inseridos na dinâmica do

neoliberalismo, tornando-se “empresas para si mesmos”. Desta forma o pensamento neoliberal considera que se gera, progressivamente, uma melhoria do “capital humano” na área da cultura. Eles interiorizam as lógicas do *marketing* e da arte como produto de consumo;

A esta altura, ingressamos então no terreno da *produção de subjetividade*, nos termos propostos por Félix Guattari, que insere o processo na órbita do capitalismo contemporâneo, capaz de produzir subjetividade de “natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida” (GUATTARI e ROLNIK, 2007, p.33). Para ele, as máquinas de produção da subjetividade variam: em sistemas tradicionais, por exemplo, a subjetividade é fabricada por máquinas mais territorializadas, na escala de uma etnia, de uma corporação profissional, de uma casta. Já no sistema capitalístico, “a produção é industrial e se dá em escala internacional” (Idem, 2007, p.33). Em sua análise profunda, que traz à luz a violência do regime capitalista sobre os indivíduos, Guattari chega a afirmar que a produção de subjetividade pode ser vista como “a matéria-prima da evolução das forças produtivas em suas formas mais ‘desenvolvidas’ (os setores de ponta da indústria)” (Ibidem, 2007, p. 34). Para ele, as forças sociais que administram o capitalismo nos dias atuais entenderam “que a produção de subjetividade talvez seja mais importante do que qualquer outro tipo de produção, mais essencial até que o petróleo e as energias” (Ibidem, 2007, p. 34). Com base nessas reflexões, asseveramos que os processos básicos da Lei Rouanet – o preenchimento do formulário do MinC, a elaboração de projeto de marketing para conquista de patrocínio e a negociação com empresários patrocinadores – por ser o único caminho dado aos agentes culturais brasileiros por uma década, com o tempo se consolidou como parte de um processo que podemos chamar de *maquínico*, uma *máquina social* de formação dos artistas e produtores culturais para atuarem a serviço do *marketing* das empresas, resultando assim, também num tipo de *máquina estética*, produtora de *arte-mercadoria*.

Ao analisarmos as características da gestão cultural no governo de Fernando Henrique Cardoso e seu ministro Weffort, foi possível constatar a ocorrência do que Nikolas Rose chama de *governo à distância*, através da estratégia da *translação*, que consiste em alinhar os objetivos governamentais com os interesses de indivíduos, empresas ou instituições: nesse período o governo praticamente nada financiou através do Fundo Nacional de Cultura, o ministro fez diversas reuniões com empresários para motivá-los a patrocinar, deu às empresas a oportunidade de abater 100% do valor dos patrocínios quando os projetos estavam

associados aos cinco segmentos culturais privilegiados por uma Portaria do MinC. Nikolas Rose resume assim o processo: “as forças políticas instrumentalizam formas de autoridade outras que não aquela do ‘Estado’, com a finalidade de ‘governar à distância’” (ROSE, 1999, p. 49). Trata-se de uma forma bem contemporânea de governo, de liberalismo avançado, que preserva a liberdade e a autonomia dos governados. Se o processo de translação opera sem ruptura, a autonomia dos sujeitos e alvos do governo não são uma ameaça: a “autonomia pode ser combinada e alinhada com objetivos como sucesso econômico, política nacional de população, concepções do que é desejável em educação, treinamento e coisas semelhantes” (Ibidem, 1999, p. 50).

Na sequência do nosso trabalho, foi apresentada uma pesquisa etnográfica, realizada através de entrevistas com artistas e produtores culturais do Rio de Janeiro, de diferentes níveis de competência e de profissionalização, para mensurar, de alguma forma, o impacto da Lei Rouanet sobre suas vidas artísticas. A análise das respostas indicou que a Lei Rouanet é um fator de exclusão, que separa os artistas que conseguem patrocínio daqueles que não conseguem e se sentem socialmente injustiçados. Há também aqueles que sequer tentam valer-se dos incentivos fiscais, preferindo fazer malabarismos existenciais e financeiros para sobreviver (ou subviver) de sua arte. A pesquisa também mostrou que os agentes culturais que aprenderam o caminho das pedras e se tornaram *experts* na caça aos patrocínios, não querem perder os privilégios conquistados e gostam da existência da Lei Rouanet. São aqueles que se submeteram ao controle biopolítico do governo neoliberal e do marketing empresarial.

Para constar como voz de protesto de um artista que, em vida, foi nacionalmente consagrado, apresentamos na sequência uma entrevista concedida pelo teatrólogo Augusto Boal ao jornal gaúcho *Extra Classe*. O criador da teoria do *Teatro do Oprimido* denunciou a política de patrocínios como uma forma de censura, de coerção pelo poder econômico, através do qual as empresas é que determinam o que pode ou não ser produzido, retirando do artista esse direito.

Para trazer à luz o imenso prejuízo sociocultural que o processo de patrocínios que se sedimentou no Brasil provoca, procuramos definir o que seja *arte*, numa acepção filosófica de força revolucionária capaz de combater as forças de controle capitalísticas. Encontramos o que procurávamos em textos de Félix Guattari e de Janice Caifa. Para o primeiro, é “nas trincheiras da arte” que se encontram os “núcleos de resistência dos mais conseqüentes ao rolo compressor da subjetividade capitalística”, a da “unidimensionalidade, do equivaler

generalizado, da segregação, da surdez para a verdadeira alteridade” (GUATTARI, 1992, p. 115). Já para Caiafa, que também se baseia nos conceitos de Guattari, são justamente as “máquinas estéticas” que, em seu trabalho criador com a expressão, “podem abrir brechas nas subjetividades padronizadas (que só desenvolvem aquilo que serve à axiomática capitalista), fazendo brotar singularidades” (CAIAFA, 2000, p. 66). Ou, como diz Guattari, deflagrando “processos de singularização”. Caiafa completa sua argumentação afirmando que, na apreensão da subjetividade em sua “dimensão de criatividade processual”, admite-se que uma “mutação subjetiva” possa ocorrer: quando segmentos semióticos adquirem autonomia e começam a “secretar novos campos de referência” (Idem, 2000, p. 66). Há então uma *ruptura* com um campo significacional dominante e desencadeia-se um processo de singularização. É assim que o ser humano pode mudar e adquirir “um novo ímpeto existencial”. Pequenos acontecimentos numa vida podem desempenhar o papel desse processo de criação subjetiva (Ibidem, 2000, p. 66).

Caiafa vê a arte como “um campo criador”, sem apontar o artista como “indivíduo privilegiado que pode mudar o mundo”. A arte é “um fluxo a se combinar com outros” (Ibidem, 2000, p. 67). Relembramos então Guattari, que nunca pensou em fazer dos artistas “os novos heróis da revolução”, ou “as novas alavancas da história!” (GUATTARI, 1992, p. 115). Ultrapassando o plano individual, Guattari vê a arte não somente “como a existência de artistas patenteados”, mas também de toda “uma criatividade subjetiva que atravessa os povos e as gerações oprimidas, os guetos, as minorias” (Idem, 1992, p. 115).

No plano social, esse processo passa a ter especial importância entre os excluídos. Como pondera Caiafa, há uma experimentação subjetiva que acontece “nos grupos marginalizados ou oprimidos” que, “por manterem uma distância ao mesmo tempo desejada e forçada em relação aos focos de poder, se descolam mais facilmente da subjetividade normalizada” (CAIAFA, 2000, pp. 67 e 68). Assim, a arte é apresentada como fluxo com potencial revolucionário, inclusive entre os excluídos, estabelecendo mais uma dimensão criticável no processo de financiamento da produção artística e cultural brasileira via incentivos fiscais e mecenato empresarial.

Ao final do Capítulo 2, foram examinadas as consequências de fazer arte no tempo do Império, com tanto controle biopolítico capitalístico sobre os artistas e produtores culturais. Nessa tarefa, acompanhamos as visões de Negri e Hardt, com uma diferença: da maneira que elas são interpretadas por Peter Pál Pelbart, em seu livro *Vida capital – ensaios de biopolítica*,

que não apenas resume com competência o pensamento Negriano/Hardtiano, mas também acrescenta seus *insight* pessoais, que são, em nosso entender, instigantes e esclarecedores.

Pelbart começa mostrando que o Império “recobre a totalidade da existência humana” e não se exerce “verticalmente, desde cima” (PELBART, 2003, p. 81). A lógica do Império, “em parte inspirada no projeto constitucional americano”, é “mais democrática, horizontal, fluida, esparramada, em rede, entrelaçada ao tecido social e a sua heterogeneidade, articulando singularidades étnicas, religiosas, minoritárias” (Idem, 2003, p. 81).

Para Pelbart, o “Império coincide com a sociedade de controle, tal como Deleuze, na esteira de Foucault, a havia tematizado” (Ibidem, 2003, p.81). A visão de Foucault é atualizada, na esteira de Deleuze: “Em substituição aos dispositivos disciplinares que antes formatavam nossa subjetividade, surgem novas modalidades de controle” (Ibidem, 2003, p. 81). Ao invés das instituições disciplinares analisadas por Foucault (família, escola, prisão, fábrica etc.), a sociedade de controle imperial “funciona através de mecanismos de monitoramento mais difusos, flexíveis, móveis, ondulantes, imanentes, incidindo diretamente sobre o corpo e as mentes, prescindindo das mediações institucionais antes necessárias, que de qualquer forma entraram progressivamente em colapso” (Ibidem, 2003, p.81).

O novo regime é “interiorizado e reativado pelos próprios sujeitos”, configurando o que Hardt e Negri denominaram “alienação autônoma” (Ibidem, 2003, ps. 81 e 82). Ora, é exatamente isso que acontece com os artistas e produtores culturais adestrados pelo processo da Lei Rouanet: eles introjetam os padrões e modelos a serem seguidos, sujeitando-se assim às imposições do mercado cultural. A sociedade de controle penetra inteiramente a consciência e o corpo dos indivíduos.

Mas, deixando de lado o pessimismo, o Capítulo 2 foi encerrado com a visão Negriana/Pelbartiana segundo a qual a subsunção, pelo capital, de toda a economia e toda a cultura, cria um “meio de pluralidade e singularização não domesticáveis” (Ibidem, 2003, p. 83). A pressão sobre o conjunto da vida gera, inevitavelmente, a resistência dessa mesma vida – e por isso podem eclodir inúmeras formas de contrapoder. O próprio tecido da vida facilita essa insurgência. Para comprovar, o capítulo é encerrado com a descrição de inúmeros grupos de artistas que, coletivamente, se insurgiram contra a Lei Rouanet ou a conjuntura da arte entregue ao mecenato empresarial. Os exemplos referidos foram o movimento Arte contra a barbárie, de teatrólogos paulistas, que atacou de frente o regime da Lei Rouanet e conquistou verbas públicas da Prefeitura de São Paulo, o Imaginário Periférico, coletivo de artistas da

Baixada Fluminense aliados a artistas da Zona Sul, que passaram a fazer intervenções artísticas fora do circuito das galerias e dos museus.

Nesse cenário, a arte é considerada como *trabalho imaterial*, numa visão Hardtiana/Negriana e que, através da multidão (grupo de indivíduos singulares e conscientes, o oposto da massa que vai a reboque ou pode agir irracionalmente), o poder biopolítico pode, sim, ser enfrentado. Como diz Pelbart, a potência da vida da multidão “deborda a axiomática capitalística”, no seu misto de “Inteligência coletiva, afetação recíproca, produção de laço, capacidade de invenção”, que, paradoxalmente, “é cada vez mais a fonte primordial da riqueza do próprio capitalismo”. Assim, do domínio sobre a vida como um todo surge a rebeldia dessa mesma vida, que pode se organizar em multidão, no campo da arte e outros setores sociais, para enfrentar as coerções da atual sociedade de controle, também conhecida como *Império*.

No Capítulo 3, que encerra nosso estudo, foram examinados os problemas que surgiram no universo da Lei Rouanet depois que Luiz Inácio Lula da Silva assumiu a presidência do Brasil por dois mandatos, colocando à frente do Ministério da Cultura o cantor/compositor Gilberto Gil, que mais tarde renunciou ao posto e foi substituído pelo ambientalista Juca Ferreira.

No campo da política federal para a cultura, a gestão de Gil e Ferreira não foi marcada pela predominância de uma política econômica de cunho neoliberal, tal como ocorreu na gestão de Weffort. Gil e depois Ferreira se empenharam num processo de democratização do acesso aos bens culturais, valorizando as manifestações da cultura popular por meio do projeto dos Pontos de Cultura, elaboraram um Plano Nacional de Cultura, obtiveram verba para projetos nas empresas estatais, aumentaram o orçamento da pasta, procuraram modernizar a questão dos direitos autorais e transformaram em proposta de lei o projeto do Vale-Cultura, entre outras ações significativas.

Uma das preocupações centrais de ambos os ministros da Cultura do governo Lula foi a correção das distorções da Lei Rouanet. Um estudo encomendado ao IPEA trouxe à luz os problemas mais graves do processo de renúncia fiscal: excessiva concentração dos patrocínios no eixo Rio/São Paulo, deserdando as demais regiões brasileiras, excessivo apego de grande número das empresas patrocinadoras aos projetos com 100% de incentivo fiscal, o que permitia abatimento do valor global de seus patrocínios culturais do imposto de renda, eliminando a necessidade de injetar recursos próprios no mercado cultural e criação, pelas

empresas patrocinadoras, de entidades culturais que levavam seus nomes e se utilizavam dos incentivos fiscais para *projetos da casa*, deixando os artistas e produtores culturais a ver navios no mercado. Estatísticas da época indicavam que apenas 3% dos proponentes de projetos recebiam mais da metade dos recursos incentivados, e isso em apenas dois estados da Federação, Rio de Janeiro e São Paulo⁷⁴.

Nesse cenário, coube a Juca Ferreira liderar o processo de mudança da Lei Rouanet, com objetivos claramente definidos: livrar os agentes culturais da dependência excessiva das empresas e criar fundos setoriais de cultura através dos quais o próprio governo financiaria a produção artística e cultural do país, como principal instrumento de fomento, substituindo a política anterior da hegemonia do processo de mecenato. Na época, Juca chegou a afirmar: “Hoje o governo dá o dinheiro e os financiadores decidem onde aplicar”⁷⁵.

O país então assistiu a um pesado ataque dos principais órgãos de imprensa à proposta de mudança da Lei Rouanet, orquestrado mediante uma verdadeira campanha de contracomunicação, voltada para criar consenso na opinião pública contra o ministro. Num momento inicial, a mídia impressa veiculou com alguma objetividade a proposta de mudança ministerial, mas, rapidamente os órgãos de imprensa se empenharam em construir, na mente dos seus leitores, uma imagem bastante negativa dos dirigentes federais da Pasta da Cultura.

A polêmica que campeou na mídia teve dois focos: como o ministro Juca Ferreira promoveu reuniões com agentes públicos e privados de cultura para explicar sua proposta, começando por São Paulo e Rio de Janeiro e depois nas demais quatro regiões do país, os jornais e revistas enfatizaram essas reuniões e depois passaram ao foco seguinte, o de fazer matérias e reportagens opinativas sobre o tema, claramente partidárias contra o ministro.

Em nosso trabalho, mostramos que a estratégia utilizada pela imprensa foi a de acusar o MinC de *dirigismo estatal*, de intervencionismo, apego à burocracia, restrição à liberdade de criação e formação de “grupos de influência que poderiam ampliar o controle do governo sobre a política cultural”. O governo Lula e sua equipe da cultura foram, assim, comparados aos regimes totalitários de molde soviético. Também procurou colocar as estatísticas do MinC contra o próprio ministério, afirmando que as verbas repassadas pelo Fundo Nacional de Cultura mantiveram as mesmas desigualdades regionais da Lei Rouanet, concentrando-se no

⁷⁴ A informação está disponível no site do Ministério da Cultura, no link <http://www.cultura.gov.br/site/2009/05/20/ministro-da-cultura-pede-apoio-de-sarney-a-nova-lei-rouanet/>. Acesso em 15 de fevereiro de 2011.

⁷⁵ A fonte é a mesma acima referenciada, no site do Ministério da Cultura.

eixo Rio/São Paulo, para que os leitores chegassem à conclusão de que o destino dos novos fundos setoriais de cultura não seriam diferentes.

Houve um embate direto entre o secretário de Estado de Cultura de São Paulo, João Sayad, que defendeu a maior concentração de patrocínios em seu estado, por ser o mais rico da Federação, no que foi contestado pelo ministro, que alegou ser seu papel resolver uma questão que era *social*, e não apenas *econômica*.

Como procuramos mostrar, a mídia neoliberal teve bastante êxito ao repetir a tese do dirigismo, que foi acatada por inúmeros produtores e agentes culturais. A questão da ANCINAVE foi também muito lembrada nessas matérias, porque a Agência, proposta pelo ministro Gil, não chegou a ser materializada por conta das muitas críticas que recebeu, de ser uma instância de controle de conteúdo e, portanto, de intervencionismo estatal na produção audiovisual brasileira.

Juca Ferreira chegou a mandar uma carta à redação de *O Globo*, esclarecendo suas intenções e chamando os jornalistas à razão. Mas o jornal respondeu ao ministro com uma simples Nota da Redação, mantendo as acusações de dirigismo e até criando novas, como a de “uso dos “recursos públicos por culturocratas a serviço da fisiologia ideológica e do compadrio político”.

Também foram apresentadas matérias jornalísticas menos tendenciosas, escritas por pessoas da equipe do MinC, como Sergio Mamberti e outras, de profissionais como Weverton Brito Lima e Maurício Thuswohl, que entenderam a necessidade de corrigir as distorções do processo de renúncias fiscal.

O cenário com que trabalhamos é no mínimo, curioso, porque assistimos ao poder público federal defendendo posições mais democráticas, enquanto a mídia assumiu o papel de defesa do capital e dos procedimentos neoliberais no campo da cultura.

Os principais afetados por essa questão, os artistas e produtores culturais, foram novamente entrevistados para trazer à luz seus diferentes posicionamentos sobre a mudança da Lei Rouanet colocada em curso pelo MinC. Nesta segunda pesquisa etnográfica, obtivemos um quadro de opiniões diversificadas, contra e a favor do processo de incentivos fiscais. Houve até quem fosse contrário ao financiamento da produção diretamente pelo governo, como é o caso da opinião do Produtor Teatral 3. Mas a pesquisa deixou evidente que os artistas e produtores culturais com maiores dificuldades para conseguir patrocínio empresarial manifestaram-se claramente favoráveis a mudanças na Lei Rouanet.

Encerramos nosso trabalho com uma análise do papel da mídia na formação de opinião, ou seja, como instrumento vivo e ativo da sociedade de controle. Para isso, nos baseamos nas considerações da pesquisadora Cristiane Pereira de Moraes e Souza, que nos mostrou que a mídia, além de “ser a principal formadora de opinião, pois induz a comportamentos e dita regras para que o indivíduo possa estar inserido na sociedade”, também “vende a ilusão de diversidade, de escolha, quando na verdade pode impor como o leitor tem que ser, como deve pensar, e qual escolha deve fazer” (MORAES E SOUZA, 2010, p. 28). De acordo com essa pesquisadora, a mídia perfaz, com suas estratégias discursivas, algo que só podemos chamar de produção de subjetividade: “Eles [os meios de comunicação] constroem, produzem sentidos (e não apenas informam ou relatam fatos), tornando-se instrumentos de poder, capazes de influenciar a forma de pensar e agir em sociedade” (Ibidem, 2010, p. 28).

A análise da mídia no caso da Lei Rouanet revelou as principais técnicas utilizadas pelos profissionais de imprensa: a *repetição* (uma mentira muitas vezes repetida torna-se verdade), a *reposição* (a divulgação do tema por outros veículos de comunicação), a divulgação de opinião ou depoimentos de profissionais da área em debate que *concordam* com a posição defendida pelo veículo de imprensa. Neste caso, seguimos os conceitos ventilados por Felipe Reis Melo, em seu artigo *Mídia como instrumento de controle social*. Esse autor reforça a idéia de que não qualquer objetividade imparcial na imprensa, pois toda e qualquer notícia passa, “necessariamente, por uma série de filtros antes de ser veiculada” (MELO, 2006, p.2). Tais filtros são: “a linha editorial do grupo proprietário; a influência das empresas anunciantes; as fontes de informação; e a ideologia dominante que impregna os profissionais da área de comunicação” (Idem, 2006, p. 2). Com Melo, aprendemos também outras técnicas jornalísticas de formação de opinião, como “o distinto tratamento concedido às partes adversárias (tempo, momento de cessão da palavra, uso de determinados termos, qualidade do orador) e a citação sem crítica” (Ibidem, 2006, p. 6).

De qualquer forma, hoje se sabe que o ministro Juca Ferreira não se deixou intimidar pela campanha hostil desencadeada pela grande imprensa contra suas intenções reformistas e encaminhou o projeto de lei que cria novos procedimentos para a Lei Rouanet para aprovação no Congresso Nacional. O futuro da Lei Rouanet fica em aberto, pois não se sabe como o dispositivo legal funcionará sob a coordenação de quem vier a assumir a pasta da Cultura, após o fim do governo Lula.

O que se espera é que o tema continue na pauta das investigações comunicacionais e biopolíticas, para produzir novos coletivos de resistência às tecnologias de poder da sociedade de controle. Afinal, a privatização de dinheiro público na área cultural é algo que só interessa a quem tem o controle do capital – e não a quem luta pelo bem comum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Capítulo 1

AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó, Santa Catarina: Argos, 2009.

CARDOSO, Fernando Henrique. (1998), "Prefácio: sem medo nem saudade". In: WEFFORT, Francisco & SOUZA, Márcio (orgs.), *Um olhar sobre a cultura brasileira*, Brasília, Ministério da Cultura, pp. 13-14.

CARVALHO, Juvenilda, TEIXEIRA, Ângela. *As ONGs e as mudanças nas funções do Estado brasileiro contemporâneo. Bahia Análise & Dados*. Salvador: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI, Secretaria do Planejamento Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia. v.8, n.1, jun.1998, p. 128-135.

CASTELLO, José. *Cultura*. In: LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens (orgs.) **A era FHC: um balanço**. São Paulo: Cultura, 2002, p. 627-656.

CESNIK, Fábio Sá. *Incentivo público à cultura*. In: BRANT, Leonardo (org.). **Políticas culturais** (v. I). São Paulo: Manole, 2003. ps. 99-102.

DA SILVA, Frederico A. Barbosa. *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, Vol. 3. Brasília: IPEA, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Dits et écrits*, Tome 1, 1954-1975. Paris: Gallimard, 2001.

GROSS, Barbara L. NEWMAN, Bruce I. SHETH, Jagdish N. *Consumption Values and Market Choices: Theory and Applications*. Cincinnati: South-Western Publishing Co, 1991.

HERMET, Guy. *Cultura e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. *Administração de marketing* – 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MOISÉS, José Álvaro. "Os efeitos das leis de incentivo". In: Weffort, Francisco & Souza, Márcio (orgs.). **Um olhar sobre a cultura brasileira**, Brasília, Ministério da Cultura, 1998, ps. 445-462.

RAMOS, Fernão e MIRANDA Luiz Felipe. *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: SENAC, 2000.

SALLUM Jr., Brasílio. *O Brasil sob Cardoso: neoliberalismo e desenvolvimentismo*. In: revista **Tempo Social**, 11 (2): 23-48, São Paulo, 2000.

SCHNEIDER, Ben Ross. "A privatização no governo Collor: triunfo do liberalismo ou colapso do Estado desenvolvimentista?". In: **Revista de Economia Política**, vol. 12, n.º 1 (45), São Paulo, janeiro-março de 1992.

SIMIS, Anita. *Leis cinematográficas: marcos e propostas, novos projetos e leis*. In: **Curto Circuito - Revista Trimestral de Comunicação e Culturas Latinas**. Lima, União Latina, nº 18 (número especial: "Coloquio Internacional sobre Legislaciones de Cine"), jan./1992, ps. 36-40.

WEFFORT, Francisco. *A cultura e as revoluções da modernização*. Rio de Janeiro, Fundo Nacional de Cultura, 2000.

Capítulo 2

BARBOSA Regina Célia. *Como elaborar projetos culturais*. Maceió: Ideário, 2004.

CAIAFA, Janice. *Nosso Século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes*. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2000.

CASTELLO, José. "Cultura". In: Lamounier, Bolívar & Figueiredo, Rubens (orgs.). **A era FHC: um balanço**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002, ps.627-656.

DELEUZE, Gilles. *Post-Scriptum sobre as sociedades de controle*. In: **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

_____. *Controle e devir*. In: **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. *O Anti-Édipo*. Rio de Janeiro: Editora Imago, 1997.

FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2002.

_____. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2008.

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. *Micropolítica – cartografias do desejo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

MOISÉS, José Álvaro. (1998), "Os efeitos das leis de incentivo". In: Weffort, Francisco & Souza, Márcio (orgs.): **Um olhar sobre a cultura brasileira**. Brasília: Ministério da Cultura, ps. 445-462

PELBART, Peter Pál. *Vida capital – ensaios de biopolítica*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003.

ROSE, Nikolas. *Powers of freedom – reframing political thought*. New York: Cambridge University Press, 1999.

VAZ, Paulo. *Risco e Justiça*. In: CALOMENI, Teresa Cristina B. (org.) – **Michel Foucault: entre o murmúrio e a palavra**. Campos: Editora Faculdade de Direito de Campos, 2004, ps. 101-131.

Capítulo 3

ÉPOCA. *Governo quer revogar Lei Rouanet*, 17/04/2009.

FOLHA ILUSTRADA. *MinC revida artilharia de São Paulo*, Caderno *Ilustrada – Cultura*, jornal *Folha de S. Paulo*, de 16/06/2008.

KLINENBERG, É. *Un mouvement populaire contre les conglomerats*. Manière de Voir, abril-maio: 88-91, 2005.

MAMBERTI, Sergio. *Outra opinião: paridade no poder*. Publicado em *O Globo* de 13/04/2009.

MASSON, Celso. “Governo quer revogar Lei Rouanet”. In: revista **Época**, São Paulo, 18 de abril de 2009.

MELO, Felipe Reis. “Mídia como instrumento de controle social”. In: **Unirevista** (Vol. 1, nº 3, julho 2006), Faculdade São Miguel de Pernambuco.

MORAES E SOUZA, Cristiane Pereira de. “O papel da mídia impressa na formação do sujeito”. In: revista *Interfaces da Educação*. Campo Grande: Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2010.

RIBEIRO, José Hamilton. *O jornalismo brasileiro visto pelas corporações*. In: DINES, A.; VOGT, C.; MELO, J. M. **A imprensa em questão**. Campinas-SP: Unicamp, 1997.

REFERÊNCIAS NA INTERNET

Introdução

FERREIRA, Jairo. *Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos*. 2006. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6112/5572>. Acesso em 27/11/2010.

Capítulo 1

MEYER, Bernardo e MEYER JÚNIOR, Victor. *Marketing político: o caso da campanha presidencial de Fernando Collor de Mello*. Trabalho apresentado no CONVIBRA 04 – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, no ano de 2004. Disponível em <http://api.ning.com/files/QK3ZpiuZ8IRpxb64XdYZlq3RFaY9-SA8EtXkuhzhYeicahbWseOwRg0Xdu8Pk3fBialESS6wRKDkgXa1xlphn9P-Rt3rl8dB/MarketingPolticoOCasodaCampanhaCollor.pdf>. Acesso em 12/03/2010.

MILLARCH, Aramis. *Talvez com a Lei Sarney apareçam nossos mecenas*. Disponível no site Tablóide digital”: <http://www.millarch.org/artigo/talvez-com-lei-sarney-aparecam-nossos-mecenas>. Acesso em 07/03/2010.

PITOMBO, Mariella. *Sintomas dos deslocamentos de poder na gestão do campo cultural no Brasil – uma leitura sobre as leis de incentivo à cultura*. Este artigo é fruto da dissertação “Política cultural na Bahia: o caso do Fazcultura” defendida pela autora em 2004, no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Faculdade de Comunicação/Universidade Federal da Bahia). O artigo foi publicado no livro *Temas contemporâneos*. Salvador: Editora FIB, 2006, v. 01, p. 56-62. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Mariellasintomas.pdf>. Acesso em 07/03/2010.

RAMOS, Fernão e MIRANDA Luiz Felipe. *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: SENAC, 2000. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=cqt35OogAQYC&pg=PA215&lpg=PA215&dq=A+gest%C3%A3o+Ipojuca+Pontes&source=bl&ots=1jTI-SS4C8&sig=MZJ4rkIP6O4PGWaAlBxiVxHWz0M&hl=pt->

BR&ei=rfznTNOoMMOclgeOn_Bh&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCEQ6AEwAw#v=onepage&q=A%20gest%C3%A3o%20Ipojuca%20Pontes&f=false. Acesso em 20/11/2010.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas públicas de cultura no Brasil e na Bahia*. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/POL%C3%8DTICAS%20P%C3%9ABLICAS%20DE%20CULTURA%20NO%20BRASIL%20E%20NA%20BAHIA%20-%20I.pdf>. Acesso em 03/03/2010.

SCHNEIDER, Ben Ross. “A privatização no governo Collor: triunfo do liberalismo ou colapso do Estado desenvolvimentista?”. In: **Revista de Economia Política**, vol. 12, n.º 1 (45), São Paulo, janeiro-março de 1992. Disponível em <http://www.rep.org.br/pdf/45-1.pdf>. Acesso em 18/11/2010.

Capítulo 2

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. “A política cultural: regulação estatal e mecenato privado”. In: **Tempo Social**. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702003000200007&script=sci_arttext#end06. Acesso em 02/10/2010.

CHAGAS, Pedro Dolabela. *Arte e política: o quadro normativo e sua reversão*. In: **Kriterion – revista de Filosofia**, Vol. 46, n.º 112, dezembro de 2005. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG, 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-512X2005000200019&script=sci_arttext#nt16. Acessado em 18/07/2010.

O Anti-Édipo. In: **Revista CULT**. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/06/o-anti-edipo/>. Acessado em 18/07/2010.

Capítulo 3

BRANT, Leonardo. *Empreendedorismo cultural*. Blog Cultura e Mercado. Disponível em:

<http://www.culturaemercado.com.br/cenario/gestao/empreendedorismo-cultural/>. Acesso em 18/03/2011.

DONATO, Adriana. *Lei de renúncia fiscal de incentivo à cultura*. Blog Cultura e Mercado. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/conversacao/pontos-de-vista/lei-de-renuncia-fiscal-de-incentivo-a-cultura/>. Acesso em 28/02/2011.

FOLHA DE S. PAULO. *Ministério da Cultura tem orçamento insuficiente*. Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/politica/2206463/ministerio-da-cultura-tem-orcamento-insuficiente-diz-secretario>. Acesso em 12/04/2009.

_____. *Ministro defende reforma da Lei Rouanet*. Disponível em: http://www.molon.com.br/website/noticia.asp?ident_sec=4&id_mes=32. Acesso em 10/04/2009.

_____. *Proposta da nova Lei Rouanet estimula projetos menores*. A matéria foi obtida na *Folha Online*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u537763.shtml>. Acesso em 07/04/2009.

FOLHA ILUSTRADA. *MinC quer aumentar controle na Lei Rouanet*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u539505.shtml>. Acesso em 07/04/2009.

LIMA, Weverton Brito. *A carta do ministro e a decadência do Globo*. Disponível em: http://www.vermelho.org.br/noticia.php?id_noticia=124456&id_secao=6. Acesso em 28/12/2010.

O GLOBO. *Debate em São Paulo discute mudanças na Lei Rouanet*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2009/04/03/debate-em-sao-paulo-discute-mudancas-na-lei-rouanet-755131018.asp>. Acesso em 28/11/2010.

_____. *NOSSA OPINIÃO: Um cheque em branco*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2009/04/13/tema-em-discussao-lei-rouanet/>. Acesso em 28/11/2010.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Cultura: enfrentando tradições e limites*. Disponível em <http://www.fpabramo.org.br/o-que-fazemos/editora/teoria-e-debate/edicoes-anteriores/cultura-enfrentando-tradicoes-e-limites>. Acessado em 20/11/2010. O estudo também foi publicado na revista Teoria e debate, da Fundação Perseu Abramo (N.º 74, novembro/dezembro de 2007). Acesso em 30/11/2010.

THUSWOHL, Maurício. *Juca e os fora-da-lei (Rouanet)*. Escrito para a Agência Carta Maior e publicado em 07 de abril de 2009. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=4546>. Acesso em 12/04/2009.

BOURGUIGNON, Yannick. “Leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual) e patrocínio: incentivo efetivo à cultura ou mera ferramenta mercadológica?”. Matéria publicada in: **Integração – a revista eletrônica do Terceiro Setor**. Disponível em: <http://integracao.fgvsp.br/ano7/01/opiniao.htm>. Acesso em 10/04/2009.