

GRUPO DE TRABALHO DO FÓRUM PAULISTA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E FÓRUM DE PONTO DE CULTURA DE ECONOMIA DA CULTURA

Paulo Edison de Oliveira Índio-Rede Ivoz, Leonardo Barbosa Rossato- Circuito Fora do Eixo
e Luana Vilitis – Pesquisadora.

I. O novo paradigma das políticas culturais

O Brasil sempre foi reconhecido pela grandiosidade da sua cultura, podemos tanto observarmos a produção cultural brasileira cronologicamente ao longo da história como também pela sua diversidade fruto das diversas etnias que compõe o povo brasileiro. Contudo o que mais chama a atenção é a característica antropofágica da produção cultural brasileira de se apropriar dos movimentos culturais globais ou locais e re-significar de maneira híbrida dialeticamente produzindo algo novo, mas que pertence a um processo histórico-cultural que nos remete à construção das diversas identidades brasileiras.

Ao discorrer sobre a produção cultural brasileira necessitamos abordar como o Estado concebe o direito à cidadania cultural e sobre qual compreensão de cultura se propõem este acesso: cultura de massa, popular e erudita.

Pesquisando a temática devemos considerar que nos anos 60 o debate sobre a dicotomia entre a cultura popular e o chamado erudito cresceu e apesar da distancia temporal, levantou discussões que permanecem até os dias atuais. Primeiro o essencial neste contexto será como a partir dos diversos movimentos artísticos a produção cultural brasileira se fundamenta como um mosaico de expressões heterogêneas; segundo, o direito do povo aos bens culturais não se dá somente como consumidor passivo numa perspectiva de entretenimento e terceiro, a mercantização da produção cultural pelo Estado Brasileiro nos viés de isenção tributária aos nichos de mercados estabelecidos territorialmente.

Contudo apesar dos diversos movimentos culturais e artísticos ao longo da história do Brasil e o reconhecimento internacional da imensa produção cultural brasileira o Ministério da Cultura (MinC) somente foi criado em 15 de março de 1985 pelo decreto nº 91.144, anteriormente o tema pertencia ao Ministério da Educação e Cultura (1953 a 1985) e mesmo que vejamos diversas iniciativas progressistas em torno das políticas culturais em diversos âmbitos federativos, é a partir da Gestão de Gilberto Gil em 2003, que a noção antropológica de Cultura, entendendo as expressões e a diversidade cultural como força matriz da nação brasileira se traduz em políticas públicas. Ao invés das políticas públicas apenas entenderem como seu objeto as linguagens artísticas, o viés antropológico contempla as dimensões simbólicas, cidadã e econômica, complexificando as relações entre Estado e grupos e agentes culturais e construindo os pilares do Plano Nacional de Cultura.

II. Os Pontos de Cultura descobrem o Brasil

O Programa Cultura Viva, especificamente por meio dos Pontos de Cultura, propiciou que a população tivesse acesso à cultura e pudesse ter condições de produzir e reproduzir diversas manifestações antes restritas a uma classe social. Ainda é impossível mensurar o impacto destas transformações intangível na população brasileira.

Entretanto, a despeito do avanço este processo gerou uma demanda para a sociedade brasileira que dialoga com o segundo eixo de abordagem, ou seja, a viabilidade econômica dos empreendimentos de cultura. Descentralizam os investimentos do Estado na produção cultural e poucos produtores, artistas e técnicos são inseridos na cadeia produtiva da cultura. Não há espaço para todos os atores na cadeia produtiva da cultura, surge então um dilema.

Como será a ampliação da política cultural brasileira de hoje já que nos últimos 10 anos no Brasil a cultura ampliou suas pautas de reivindicações e novos paradigmas surgiram, levando a sociedade, instituições e os governos a disputarem o conceito e os rumos da economia da cultura.

Algumas posições oscilam entre acreditar que a cultura deve se desenvolver como uma indústria autônoma, com os fins exclusivos de retorno financeiros, e outros que desenvolvem um processo produtivo em que a solidariedade e distribuição do excedente seja o fim, quando os meios são metodologias de gestão com princípios autogestionários, moedas sociais,

produção colaborativa, etc, enfim os Empreendimentos Econômicos Solidários - EES devem se posicionar diante do embate e ampliar suas experiências de uma nova economia.

III. Por uma nova economia: solidária e cultural

O termo economia da cultura parece novo e estranho a quem escuta ou lê pela primeira vez, soando contraditório a partir do referencial do que seja cultura, e complexo dependendo da definição de economia. Para apresentar o debate podemos definir economia da cultura como a economia das manifestações artísticas culturais, afinal na contemporaneidade a produção humana, tanto simbólica como material, possui valor e, é passível de comercialização e/ou trocas. Pensar uma economia da cultura é considerar que o sistema produtivo dos diversos atores da cultura partilhem da mesma concepção na cadeia produtiva da cultura: produção, circulação e distribuição e consumo, e não seja regido pelos valores capitalistas do mercado mas, disposta como ferramenta e como instrumento do desenvolvimento da cultura e de políticas públicas. Ou seja, a economia da cultura trás nos seus produtos e serviços expressões de ancestralidade, identidade de grupo como forma de afirmação de uma identidade.

Apesar disso a tendência mundial a partir das transformações do mundo do trabalho e com a cristalização da sociedade da informação e da necessidade das novas tecnologias no extrativismo, indústria e serviços, os países desenvolvidos têm orientado ao que chamamos de economia da cultura com uma ampla visão desta cadeia produtiva, segundo Pablo Ortellado:

“ as políticas de fomento às indústrias criativas. Na verdade, podemos falar de três vertentes de promoção da cultura no contexto da sociedade da informação: o modelo americano de indústrias do direito autoral, o modelo francês das indústrias culturais e o modelo inglês das indústrias criativas. Todas elas buscavam fomentar o setor cultural como um dos componentes centrais da sociedade da informação (ou da economia do conhecimento – não há consenso na adoção dos conceitos).

O modelo americano das indústrias do direito autoral enfatiza como unidade o fato destes setores produzirem bens protegidos por direito autoral, mesmo quando não sejam “caracteristicamente” culturais. O conceito abrange assim, desde setores mais indiscutivelmente culturais como a indústria fonográfica, audiovisual e

editorial, até setores cujo componente cultural é menos predominante como a indústria de software e de games. As políticas americanas são as mais antigas, datando dos anos 1980, quando esses setores se auto-organizaram industrialmente, fundando uma associação e defendendo políticas comuns. O modelo francês é um pouco posterior e tem como unidade os setores que produzem bens culturais seriados, ou seja, que podem ser industrialmente reproduzidos. Esse conceito abarca tipicamente os setores editorial, fonográfico e audiovisual, numa abordagem um pouco mais restrita que a americana. Por fim, o mais tardio e, atualmente o mais influente, é o modelo inglês das indústrias criativas. O modelo inglês, proposto numa política iniciada em 2001, define as indústrias criativas como “aquelas indústrias que têm origem na criatividade, habilidade e talento individual e que tem potencial para a criação de riqueza e emprego por meio da geração e exploração da propriedade intelectual”. É, assim, o modelo mais abrangente, incluindo no foco das políticas, tanto as indústrias culturais (editorial, fonográfica e audiovisual), como todo setor de comunicação (rádio, TV e Internet), chegando até os setores nos quais a dimensão cultural está subordinada a finalidades funcionais como o design, a moda, a publicidade e a arquitetura.”

Neste bojo de discussões e demandas da produção cultural brasileira um grupo de produtores de Empreendimentos de cultura, alguns independentes, outros de cultura tradicional e outros de cultura digital se depararam com a necessidade de criar um Grupo de Trabalho de Economia da Cultura para atuarem e dialogarem com outros EES, sobretudo nos Fóruns de Economia Solidária e de Ponto de Cultura. Sua origem ocorreu durante a II Conferência Estadual de ECOSOL - São Paulo, nos dias 23, 24 e 25 de abril de 2010, na Estação Cultura, Campinas, sob a demanda de realizarmos a cobertura colaborativa da II CONAES. Desde então realizamos reuniões mensais presencial e a distância, apropriando assim das ferramentas de comunicação da web e com a preocupação de tornar público e disponível na internet todas as discussões e decisões do GT. Além da cobertura colaborativa da II CONAES, ocorrida nos dias 16 a 18 de junho de 2010 em Brasília, realizamos também a cobertura colaborativa e a transmissão da I Conferência Nacional de Economia da Cultura, ocorrida em Osasco nos dias 24 e 25 de novembro de 2010. O GT participou ainda da formulação metodológica dessa Conferência.

IV. Desafios de uma Economia Solidária da Cultura

Por cultura podemos entender as suas diversas dimensões: antropológica, criativa, entretenimento, obras de arte, conhecimento, linguagem artística, etc. Contudo, nossa compreensão parte da cultura enquanto trabalho criador, emancipador e transformador da realidade social, constituindo assim a fruição e a apropriação dos conhecimentos produzidos historicamente pela humanidade a todos os seres humanos.

“A perspectiva da cultura como trabalho de criação permite a afirmação dos conflitos e contradições inerentes ao campo democrático da cultura. Reconhecemos que esse é um campo de disputa política e no qual acreditamos ser fundamental garantir a afirmação do direito à cultura e a criação de novos direitos. Nessa abordagem, os espaços de participação são essenciais para a ampliação do espaço público da cidadania cultural e para a transformação da cultura política, respeitando o pluralismo, o exercício da liberdade, o acesso à informação e os mecanismos de produção e ação cultural. Esse exercício da cultura democrática aponta para uma democracia cultural e se opõe à mercantilização da cultura.

Compreendida como prática social e simbólica do processo de criação cultural, a cultura também contempla a divisão de classes sociais, de identidades étnicas, de especificidades históricas e geográficas, o que reforça a necessidade de respeitar a diversidade dos sujeitos envolvidos na prática cultural e suas diferenças. Essa pluralidade do campo da criação cultural traz à tona a importância e o papel do sujeito, agente, produtor, criador de cultura como sujeito de sua própria prática, autor de sua própria narrativa, criador de sua memória e expressão de sua identidade.

Ainda dentro da dimensão simbólica da cultura, cabe destacar a importância dos processos pelos quais as culturas são produzidas, considerando os diferentes elementos que compõem suas lutas políticas e as raízes de suas criações culturais. Nesse aspecto, os bens simbólicos ocupam espaço significativo na disputa de hegemonia e na construção de um poder contra-hegemônico, alternativo à produção cultural de massa.

A cultura, compreendida como direito de cidadania, situa os sujeitos culturais para além de sua condição de consumidores, espectadores ou contribuintes, mas os considera sujeitos políticos, trabalhadores da cultura, cidadãos responsáveis pelo trabalho de criação cultural. É preciso situar nesse campo a luta pela democratização do acesso aos bens, serviços e equipamentos culturais; mas, fundamentalmente, também reforçar o direito à fruição cultural e a expansão dos meios de difusão cultural, no sentido de garantir a liberdade de apropriação e criação de novos espaços de expressão artística e trocas culturais.”⁸

Neste sentido acreditamos que o avanço de uma economia da cultura solidária com sustentabilidade necessita de um debate participativo sobre os diversos temas que envolvem as cadeias produtivas das diversas linguagens culturais.

Portanto lutamos pelas seguintes causas culturais:

- O Estado brasileiro deve fomentar iniciativas da economia da cultura de cunho autogestionário e solidária, e não fomentar a indústria cultural de massa que trata a cultura como produto, concentrado riqueza, segregando trabalhadores e excluindo os cidadãos e às cidadãs do direito ao acesso a bens culturais;
- Reversão da disparidade de investimento e tributação do Estado em comparação com a Indústria cultural de massa e os EES solidários e/os grupos de cultura tradicional;

- O Estado deve criar condições de experimentação a novas formas de negócios, com parâmetros de economia em rede, de preços justos e de distribuição equitativa de verbas por diferentes segmentos sociais;
- A aprovação da Reforma da Lei de Direito Autoral e a defesa do uso de licenças livres como o Creative Commons, defendendo o uso dos Recursos Educacionais Abertos como elemento de democratização e acesso a todos e todas ao conhecimento;
- Potencializar as diretrizes de acesso efetivo e neutralidade na web no Comitê Gestor Da Internet - CGI, afirmando assim a qualidade técnica e o direito a todos os cidadãos e às cidadãs do país;
- Extinção do monopólio das empresas de comunicação, legalização das rádios comunitárias e democratização dos meios de comunicação e contra a criminalização destas práticas, pelo reconhecimento e apoio do estado brasileiro às ações deste segmento;
- Articulação de uma rede nacional dos pontos de cultura de matriz africana, para uma ação afirmativa visando o reconhecimento e legitimação das práticas culturais, religiosas, familiares e de organização social destas comunidades, contra o preconceito e a opressão da matriz cultural afro-brasileira, reunindo comunidades de terreiro nas suas diferentes religiosidades, comunidades quilombolas rurais e urbanas, entidades do movimento negro e organizações em rede das comunidades de matriz africana;
- Ampliação da Ação Cultura Digital, do Programa Cultura Viva que visa facilitar a apropriação de ferramentas multimídia em software livre pelos Pontos de Cultura para documentação de manifestações culturais locais, produção de sua própria mídia e construção da autonomia por meio da conexão entre o local e o global;
- Discutir a implementação da lei Griô, uma ação do Programa Cultura Viva, cuja missão é criar e instituir uma política nacional de transmissão dos saberes e fazeres de tradição oral em diálogo com a educação formal, para o fortalecimento da identidade e ancestralidade do povo brasileiro, por meio do reconhecimento do lugar político, econômico e sócio cultural dos griôs, das griôs, mestres e mestras de tradição oral do Brasil;
- Reconhecer o conceito de etnodesenvolvimento como direito constitucional das diversas etnias que compõem o Brasil: *“O etnodesenvolvimento significa que uma etnia,*

autóctone, tribal ou outra, mantém o controle sobre suas próprias terras, seus recursos, sua organização social e sua cultura, e é livre para negociar com o Estado o estabelecimento de relações segundo seus interesses”(Rodolfo Stavenhagem 2001)

- Reivindicar a execução do Plano Nacional de Cultura por meio da exigência de orçamento para o plano;
- Ampliação do Programa Cultura Viva que consiste no aprimoramento de sua gestão e no exercício prático do Protagonismo, Empoderamento, Autonomia e Gestão em Rede;
- Abertura de Linha de Crédito direto aos Pontos de Cultura por via de bancos públicos como BNDES, BNB, Banco do Brasil com juros diferenciados dos praticados ao mercado;
- Investimento a Fundo Perdido por via do Fundo Nacional de Cultura ou outros órgãos ministeriais para adequação de espaços e equipamentos- Empréstimos subsidiados, redução de impostos e incentivos fiscais;
- Consolidação da Ação Economia Viva do Programa Cultura Viva como ação pública que considera os Pontos de Cultura como empreendimentos econômicos solidários e enquanto política estratégica de articulação da produção cultural colaborativa em rede.

1http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia#cite_ref-etymology_0-0

2Carta do Ministro da Cultura aos que participaram da Consulta Pública sobre a Reforma da Lei Rouanet Ferreira, Juca/2010 <http://www.blogdojucaferreira.com.br/?tag=rouanet>

3Economia Colaborativa nos Cineclubes. Saraiva, A. / 2010 <http://www.overmundo.com.br/banco/economia-colaborativa-nos-cineclubes>

4Sobre o Programa Cultura Viva, MINC/2010 <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/cultura-viva/>

5Sobre a ação Economia Viva, MINC/2010 <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/category/cultura-e-cidadania/economia-viva/>

6 ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO – ESTRATÉGIAS NACIONAIS E PANORAMA

Ana Carla Fonseca Reis PDF: <http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Ana-Carla-Fonseca-Eco-Cult.pdf>

7 MetaReciclagem é uma rede auto-organizada que propõe a desconstrução da tecnologia para a transformação social. <http://www.metareciclagem.org/>

8 Vilutis, Luana. *Cultura e juventude: a formação dos jovens nos Pontos de Cultura*. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

ECONOMIA SOLIDÁRIA E PONTOS DE CULTURA

Luana Vilutis¹

Partimos da compreensão de que a transformação da cultura política, a democratização cultural e a necessidade de políticas integradas representam importantes passos para a formulação e execução de uma política nacional de cultura. Para alcançar essa perspectiva, em 2003, o Ministério da Cultura-MinC identificou a necessidade de operacionalizar o conceito antropológico de cultura de modo que lhe permitisse estruturar seu programa político e orientar suas diversas ações. O discurso do programa do MinC passou, portanto, a reunir três dimensões da cultura, buscando articular a dimensão simbólica da vida social, a dimensão da cultura como economia e a compreensão da cultura como direito de cidadania.

Se, no espaço da cidadania, a política cultural do MinC se propôs a eliminar a desigualdade social, do ponto de vista econômico, alimentou-se a expectativa de que as potencialidades da cultura fossem projetadas em sua capacidade distributiva e equitativa. Não há dúvidas que o programa Arte, Cultura e Cidadania - Cultura Viva foi a ação pública do MinC que mais se aproximou disso, pela capilaridade dos Pontos de Cultura que não só ampliaram o acesso a bens e serviços culturais, como dinamizaram a produção cultural em diversos territórios e comunidades. O Cultura Viva propõe reunir de forma abrangente essa diretriz política do MinC de articulação das três dimensões da cultura.

Ao tratarmos a dimensão econômica da cultura com foco na produção cultural, é de fundamental importância considerarmos o seu processo de criação e não reduzir a análise ao prisma do mercado e à lógica de eventos e produtos. Além da indústria cultural e criativa, a economia da cultura reúne experiências nos mais diversos elos de seu sistema que são intangíveis, não monetarizadas, o que dificulta sua mensuração econômica em termos financeiros.

Ao abordar o sistema produtivo na área cultural é importante alargar a perspectiva das cadeias produtivas e considerar redes que mobilizam o processo de criação, produção, distribuição, comercialização, consumo, crédito e ensino de bens, serviços, práticas e saberes na área da cultura. Acreditamos que cada elo dessa teia produtiva mobiliza a economia do

¹ **Luana Vilutis** é educadora, socióloga e pesquisadora; graduada em Ciências Sociais, mestre em Educação pela USP e doutoranda em Cultura e Sociedade na UFBA. Trabalha em projetos e pesquisas na área de cultura, educação popular e economia solidária.

setor cultural.

O processo criativo não pode ser instrumentalizado nem reduzido a mercadorias para o consumo, embora não se negue a importância de seus impactos econômicos. É igualmente necessário considerar que essa produção cultural também movimenta um conjunto de sujeitos e redes sociais que são calcadas em identidades territoriais e muitas vezes se organizam em sistemas produtivos com lógicas próprias de funcionamento, alimentadas por relações solidárias e cooperativas, que nem sempre são mensuráveis em estudos e pesquisas econômicas nacionais.

De modo geral, os dados da economia da cultura são calculados a partir do impacto na cultura no PIB dos países; na Europa, por exemplo, a cultura chega a representar 7% do PIB. No Brasil não temos pesquisas atualizadas que revelem esse dado precisamente, mas a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2002-2003, realizada pelo IBGE, evidencia o importante papel que a cultura ocupa nas despesas de consumo familiares. Se no grupo de cultura contemplarmos o dispêndio com telefonia, ela alcança o quarto lugar nas despesas familiares, ficando atrás de outras prioridades como habitação, alimentação e transporte. Esses dados revelam que o consumo cultural abarca 7,8% da despesa de consumo mensal familiar, o que, por sua vez, representa um gasto médio mensal de R\$115,00 por família. Sem a inclusão da telefonia no grupo cultura, o consumo de cultura passa a ocupar o sexto lugar nos dispêndios familiares e representar 4,4% de suas despesas médias mensais (BRASIL, 2010).

A sociedade do conhecimento impulsionou modificações no processo de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais de forma acelerada nas últimas décadas. Essas transformações estão relacionadas mundialmente ao surgimento de novas infraestruturas tecnológicas de comunicação e aos câmbios sociais e culturais ocorridos com a reestruturação produtiva do final de 1980 e início dos anos 90. Especificamente no Brasil, soma-se a esse processo o desenvolvimento de políticas públicas de cultura que apontam para a democracia cultural, na primeira década de 2000.

Uma das características dessa mudança é a convergência entre diferentes segmentos e expressões artísticas na produção e criação cultural; atualmente é mais difícil tratar os setores das artes de maneira estanque e, embora cada um tenha suas especificidades, a transformação da sociedade mobiliza sua conexão e estimula interfaces na criação artística e na produção cultural.

Falar em cultura e, mais especificamente, em economia da cultura é abordar a criação, a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços culturais com foco voltado ao projeto de desenvolvimento impulsionado nesse processo produtivo e de comercialização. A centralidade ocupada pela cultura na sociedade no século XXI torna evidente sua relação intrínseca com o desenvolvimento e, assim como a cultura permeia e ultrapassa a dimensão da economia política, ela se insere no tecido social e o atravessa.

Economia intangível dos Pontos de Cultura

Podemos afirmar que os pontos de cultura articulam as três dimensões da cultura (simbólica, cidadã e econômica) ao conectar múltiplas representações do sentir, do fazer, do saber e do pensar com o tecido social e produtivo de comunidades. Numa perspectiva cidadã, essa ação cultural contribui para ampliar o espaço público da cultura e fomentar o exercício do direito à cultura em diversos contextos e junto a populações variadas. Além de ampliar a infra-estrutura cultural do país, os pontos de cultura constituídos enquanto empreendimentos econômicos e solidários integram redes, sistemas e arranjos produtivos no setor cultural.

Os pontos de cultura dinamizam ações diversas de fomento à inclusão produtiva que podem ser identificadas tanto a partir do estímulo a setores produtivos específicos (artesanato, costura, música, dentre outros) quanto a sistemas produtivos mais amplos (da música, da tecelagem, do audiovisual, etc.). Assim como não é possível falar em sistemas produtivos inteiramente mobilizados apenas por pontos de cultura, é impossível tratar sua integração produtiva de forma isolada ou específica, visto que sua realização ocorre de maneira conectada ao investimento em infraestrutura, às atividades de formação, à atuação comunitária, à cultura digital, dentre outras.

A rede de pontos de cultura contribui para dinamizar a circulação de bens e serviços entre os diferentes pontos e com a sociedade em geral, o que por sua vez fortalece sua produção, chegando até, em alguns casos, a criar mercados específicos. Podemos identificar esse mercado em potencial mobilizado pelos pontos de cultura como sendo ligado à cultura popular, à cultura de periferia, à economia solidária, ao software livre, à produção da cultura independente e ao artesanato, etc., a partir de lógicas, dinâmicas e escalas muito diferentes e ideologicamente opostas à indústria cultural.

Podemos reunir algumas experiências de Pontos de Cultura que, integrados entre si e articulados com outras cooperativas e trabalhadores associados, mobilizam processos

produtivos diversos e em rede. Como é o caso da rede em Minas Gerais que une fiação, tecelagem, pigmento, customização e comercialização de produtos artesanais junto a Pontos de Cultura. A utilização de planilhas abertas em que todos os clientes sabem quanto foi destinado aos produtores e demais elos da cadeia produtiva é prática da economia solidária da cultura. O suporte de Pontos para atividades de formação e para a criação de circuitos de comercialização e trocas é fundamental para o fortalecimento e ampliação da rede.

Podemos identificar o potencial dessas articulações imprimirem características de sua intencionalidade por meio da mobilização de sistemas produtivos e arranjos criativos em áreas específicas ou em setores diversos. A Produtora Cultural Colaborativa é um exemplo que envolve um conjunto de pontos de cultura na produção multimídia (rádio livre, vídeo, fotografia, jornalismo web e áudio) com o uso e difusão de ferramentas livres. Na Produtora, a equipe de diferentes pontos de cultura trabalha colaborativamente, prestando serviços e oferecendo produtos como Cds e Dvds a partir da produção cultural local junto a comunidades, festivais, eventos, shows, etc. A Produtora Colaborativa é um exemplo de como a práxis da economia solidária da cultura é de troca e aprendizado, pois o trabalho de produção ocorre por meio do ensino e da difusão do uso de ferramentas livres diversas, integrando um grupo de aprendizes à equipe de técnicos dos pontos de cultura no próprio exercício de registro, captação, filmagem e edição. Essas realizações ocorrem sempre em parceria com outras instituições, coletivos, pontos de cultura e agentes culturais que contribuem e participam dos espaços de criação, circuitos de produção, festivais de difusão, formação de público e distribuição de produtos como Cds e DVDs.

A despeito dos exemplos mencionados, estas práticas ainda são bastante incipientes numa escala maior da Rede Cultura Viva e há muitos pontos de cultura que, apesar de trazerem em seu trabalho o potencial de mobilizar circuitos produtivos, comercializar produtos, gerar renda, tem poucos recursos para estruturar este trabalho. A falta de recursos refere-se à carência de espaços de comercialização, falta de conhecimento de gestão financeira, falta de crédito para compra de insumos, necessidade de formação administrativa para vendas, pouca troca com outras experiências na área e ausência de políticas de fomento à economia solidária da cultura.

Certamente, as diversas tentativas e intencionalidades dos pontos de cultura em fomentar a inclusão produtiva na Rede Cultura Viva oferece aprendizados e aporta contribuições para garantir o êxito da implementação de iniciativas e políticas públicas na área da economia solidária da cultura.

Referências

ARAÚJO, Herton E.; BARBOSA, Frederico A. B. (Org.). *Cultura Viva: avaliação do programa arte educação e cidadania*. Brasília: Ipea, 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Catálogo do Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania*. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. Brasília, DF, 2ª edição, 2010.

ECONOMIA DA CULTURA SUSTENTÁVEL

Andrea Saraiva

Do ponto de vista etimológico, “economia” origina-se do grego *oikos* (casa) e *nomos* (costume ou lei) ou também gerir, administrar: daí "regras da casa" (lar) e "administração da casa". [1]. Já “Cultura” vem do latim “*colere*” que significa “cultivar”. Pode-se perceber, portanto, a aproximação entre os termos na sua origem.

Isso posto, prossigamos ao entendimento de como a cultura e seu componente econômico vem sendo tratada nos diversos setores, no Brasil.

No setor privado, a Cultura foi devidamente transformada em mais um objeto de consumo. Mais um produto. Mais uma forma de geração de lucros. Aliás, a economia da cultura, economia da criatividade, indústria do entretenimento – como são normalmente conhecidas – movimentam cifras estratosféricas correspondentes, por exemplo, a mais de 7% do PIB mundial com crescimento anual de 6,3% - superior inclusive ao da economia mundial. Os dados revelam que na Europa a movimentação atinge quase 8% do PIB e nos EUA é um dos maiores itens de exportação. Assim sendo, país afora a cultura é tratada como uma mercadoria valiosa.

Pelo lado do investimento público, tradicionalmente os beneficiários tem sido as grandes empresas de entretenimento, produtores conhecidos e artistas renomados. As formas de financiamento direto, são basicamente, a Lei Rouanet², com suas conhecidas distorções de finalidade, regionais e distributivas; financiamentos de bancos como o BNDES e o BNB, que muitas vezes com a condição de investimento a partir de um milhão de reais, diga-se; e editais gerenciados pelo MINC, o que para audiovisual, por exemplo representa alguns milhões destinados a realizadores e somente distribuição de kits para exibidores, por exemplo³.

O Programa Cultura Viva⁴ foi a primeira experiência de financiamento direto de produtores culturais de associações populares. Ele conseguiu atingir pessoas que não só produzem cultura em comunidades, mas que fazem parte da resistência cultural brasileira, apesar do *mainstream* do mercado.

A metodologia do Cultura Viva era de investimento em expressões que já existiam, potencializando grupos culturais populares ao invés de criar equipamentos públicos pouco apropriados pela comunidade. Nos Pontos de Cultura se faz, mesmo que não se reconheça, economia solidária, no sentido da prática colaborativa. Embora muitos não tenham intenção ou vocação para se firmarem como empreendimentos culturais, em um momento começou-se a vislumbrar a possibilidade de que alguns pontos pudessem distribuir sua produção e gerar renda. A ideia de redes que dessem visibilidade e propiciassem ambiente adequado para a venda de produtos e serviços ou mesmo permitissem trocas livres, fez parte desse vislumbre⁵.

Nesses seis meses de governo, a nova administração do MinC tem demonstrado de que não vai dar continuidade à política anterior e sinalizado sua simpatia por modelos privatista do conhecimento, haja vista a grande aproximação com órgãos de direitos autorais e das grandes indústrias fonográficas, do desconhecimento e abandono das licenças livres, dentre outros indícios, como a agenda tratada entre MINC e Câmara de Comércio dos EUA, quando da visita do Presidente Obama ao Brasil.

A criação da Secretaria de Economia Criativa indica a escolha do governo federal em empreender um tipo de desenvolvimento econômico na cultura mais preocupada em impactar o PIB do que propriamente criar mecanismos de impactar o desenvolvimento local. Pois que sim, a cultura, se houver investimento e acompanhamento técnico adequado, poderá ser grande vetor de geração de renda e de desenvolvimento local. A questão é escolha de modelos. Estamos assistindo a ebulição de um tipo de economia da cultura cujo recorte é na economia do intangível, da criação, na economia do conhecimento voltada ao grande mercado.

Há uma miopia do Ministério da Cultura de não perceber que os Pontos de Cultura possam gerar renda e que os relega a um “social” dentro do cultural. Nada pode ser mais errado. Repriso o pensamento de que uma vez equacionada as distorções, uma vez aproximada da economia solidária e com investimento continuado, os Pontos e empreendimentos culturais autogestionados poderiam suprir a necessidade de sustentabilidade financeira e de uma só tacada diminuiria o gravíssimo problema cultural no país que é o déficit por equipamentos.

Se levarmos em conta o montante do recurso público, chegaríamos a constatação de que o Estado tem se tornado, um investidor no setor cultural. Sendo que está investindo na perpetuação de fabricação de uma cultura mercadológica, de descarte. Por analogia, não é

forçoso perceber que a política pública no Brasil é cúmplice da intermediação e sustentáculo do capital. A manutenção dos “atravessadores” que lucram com trabalho de muitos, a falsa dicotomia artista/cultura, o fechamento às possibilidades colaborativas de produção e reformulação ainda pouco clara do Programa Cultura Viva. Sem possibilidade, portanto, da construção de uma cultura que promova autonomia, protagonismo, acesso amplo à cultura para a população e possivelmente desenvolvimento econômico local.

Esse ensaio, portanto, procura aproximação explícita com modelos colaborativos, a opção aqui é por uma cultura aliada à economia solidária, um não solene ao mercado e ao tipo de cultura que renega protagonismos e empoderamento.

Outra grande questão é romper com os paradigmas. Pois nem as políticas de cultura enxergam na economia solidária uma boa alternativa de sustentabilidade financeira, tampouco a economia solidária enxerga a economia da cultura como atividade econômica. Eis o grande desafio.

Para Ana Carla Fonseca Reis é equivocado pensar que a cultura deva se curvar à economia ou ao mercado. Para ela, a economia da cultura envolve e *“oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas - da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda; das diferenças entre valor e preço; do reconhecimento do capital humano; dos mecanismos mais variados de incentivos, subsídios, fomento, intervenção e regulação; e de muito mais – em favor da política pública não só de cultura, como de desenvolvimento”* [6].

Cabe o recorte de que tratamos cultura no sentido amplo. Que vai desde as linguagens artísticas como música, teatro, cinema, dança até a cultura como o conhecimento, o desenvolvimento de softwares, a metaReciclagem⁷. A própria utilização de ferramentas tecnológicas é cultura, inclusive. Estamos tratando da cultura como processo e como produto, na possibilidade de sustentação de experiências e até emancipação econômica.

Podemos citar inúmeros exemplos de coletivos de norte a sul do país: O Fora do Eixo, Puraqué, Iteia e a magnífica ideia da Produtora Colaborativa, a Rede Tucum de turismo comunitário, Odomodê e o mercado do TecnoBrega dentre outros tantos modelos de economia colaborativa que já são realidade.

Ou podemos citar Pontos que em si promovem redes locais, enraizadas na comunidade, como o Coco de Umbigada, Associação Piauiense de Hip Hop, Odomodê, entre outros, que no fazer cultural organizam fluxos na comunidade, propiciam vivências, difusão e distribuição cultural. Cada atividade tem fundamento nos princípios que geraram essas experiências: o terreiro, o Hip Hop, os griôs são fundamentos que se expressam também em produtos e produções culturais: eventos, cds, estúdio, roupas, rádio, vídeos, instrumentos, alimentos, arte gráfica, grafite.

Certamente esses coletivos não tem viés estritamente econômico, mas é alento perceber que a cultura pode transformar atividades econômicas e gerar renda que faça essas experiências perdurarem, com uma lógica diferente do capitalismo.

Aliado a isso existem elementos importantes que vêm causando redefinição de vários quadros antes sacramentados. A internet, a popularização de equipamentos tecnológicos, a economia solidária como alternativa e a cultura colaborativa ensejaram uma gama de transformação no mercado cultural. A título de exemplificação, o setor da música, ao que parece, tem se adaptado bem a novos modelos de negócios. Tirando a figura do intermediário - indústria fonográfica, distribuidores etc., até então o maior beneficiado financeiramente - e comercializando diretamente com seus ouvintes seja em shows ou pela venda direta na internet ou bancas de revistas. Outra boa alternativa são as cooperativas de desenvolvedores de softwares que estão abrindo mão de grandes empresas para se dedicarem a se autorganizar e fazer disso uma forma exitosa de geração de renda.

Daí que lanço muito mais questionamentos do que propriamente soluções. Pelo simples fato de que tudo ainda está por ser escrito, desenhado. Cabe o desafio de perceber: de que forma a economia solidária pode ser um instrumento para viabilização dessas alternativas de sustentabilidade financeira? É possível modelos que tragam autonomia e possibilidade de sobrevivência digna a partir da atividade laboral que não alimente a perversa lógica capitalista?

Os mecanismos de fomento à atividades culturais deve ainda ser debatida e certamente teremos essa oportunidade na tramitação do projeto de lei Pró-Cultura. A lei do Vale-Cultura que está prestes a ser votada e que movimentará mais de R\$ 7 bilhões no mercado brasileiro e que se não houver discussão, irá correr pras águas da grande indústria cultural.

Precisamos pensar em mecanismos adequados e eficientes para desenvolver a economia aliada à cultura como crédito e microcrédito, moedas sociais, redes de trocas, bancos comunitários, formação, investimentos a fundo perdido, pautas mais comuns ao movimento de Economia Solidária e mecanismos estatais apropriados pelo grande capital.

Passamos da era industrial para a era do conhecimento e este sendo livre terá maiores condições de possibilidades de propiciar sinergias coletivas, da liberdade sair do plano da utopia e se tornar realidade. Tornar o que se gosta de fazer em atividade econômica que forneça condições dignas de sobrevivência, tornar essa atividade prazerosa.

Precisamos urgentemente de redes virtuais e presenciais para aprofundar propostas e validar esses muitos experimentos em economia colaborativa e em rede. Precisamos sair da invisibilidade e lutar para que tenhamos o mesmo volume de financiamento que a cultura de mercado sempre teve. Precisamos é de uma política cultural que nos reconheça como gerador de desenvolvimento econômico, justo e colaborativo.

Referências citadas:

Coco de Umbigada (PE) - <http://sambadadecoco.blogspot.com/>

Afro-Sul / Odomodê (RS) - <http://ong.portoweb.com.br/afrosul/>

Mucambo Nuspano (PI) - <http://mucambo.mercadoshops.com.br/>

Puraqué (PA) - <http://mucambo.mercadoshops.com.br/>

Iteia / Produtora Colaborativa - <http://www.iteia.org.br>

Rede Cearense de Turismo Comunitário - <http://www.tucum.org/>

Rede MetaReciclagem - <http://www.metareciclagem.org/>

Fora do Eixo - <http://foradoeixo.org.br/>

Tecno Brega - <http://pt.wikipedia.org/wiki/Tecnobrega> / <http://www.bregapop.com>

Andréa Saraiva - Historiadora, escritora, autora do E-book "Existe Vida cultural além de editais?" É consultora e implementadora de políticas e programas de cultura e de tecnologia. Foi consultora do MinC/Pnud onde implementou a Ação Economia Viva no âmbito do Ministério da Cultura. Administra a Casa de Cultura Livre em Fortaleza-Ce.

Transita no universo entre antenas e raízes. Fez a opção pela economia da cultura colaborativa.