

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

(Des)construções Harmônicas

As semelhanças entre a lógica de mercado e as
limitações de atuação da cultura na agenda
pública do Brasil

Vinícius Passeti Cardoso

Junho de 2017

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos sob orientação do Prof. Dr. Danilo Oliveira.

(Des)construções harmônicas – As semelhanças entre a lógica de mercado e as limitações de atuação da cultura na agenda pública do Brasil ¹

Vinícius Passetti Cardoso²

RESUMO

O ProAC faz parte de uma política do estado que concentra o maior fluxo de poder e renda do país. O ICMS, uma das categorias do ProAC, é uma das políticas públicas culturais com mais expressividade e uso no Brasil. Considerando esse cenário, o presente artigo tem como objetivo analisar os dados do ProAC ICMS de 2015 e traçar um paralelo entre essa política cultural e as semelhanças com a lógica de mercado, a fim de mostrar os limites da atuação da cultura na agenda pública do país.

Palavras-chave: Cultura; Lógica de Mercado; Políticas Culturais; Política Públicas; ProAC ICMS.

ABSTRACT

ProAC is part of a state policy that concentrates the country's largest flow of power and income. The ICMS, one of the ProAC categories, is one of the most expressive and public cultural policies in Brazil. Considering this scenario, this article aims to analyze the data of ProAC ICMS in 2015 and draw a parallel between this cultural policy and the similarities with the market logic, in order to show the limits of the performance of culture in the public agenda of the country.

Key words: Culture; Market logic; Cultural policies; Public policy; ProAC ICMS.

RESUMEN

El ProAC es parte de una política de estado que concentra el mayor flujo de potencia y de ingresos del país. El ICMS, una de las categorías del ProAC, es una de las políticas culturales con más expresividad y su uso en Brasil. Teniendo en cuenta este escenario, este artículo tiene como objetivo analizar los datos de 2015 del ProAC ICMS y hacer un paralelo entre esta política cultural y las similitudes con la lógica del mercado, con el fin de mostrar los límites de la cultura de rendimiento en la agenda pública del país.

Palabras clave: Cultura; Lógica del mercado; Políticas culturales; Políticas públicas; ProAC ICMS.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos sob orientação do Prof. Dr. Danilo Oliveira.

² Graduado em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero, em 2014. Atua profissionalmente na área de Comunicação e Marketing. E-mail para contato: vinipcardoso@gmail.com

1. Introdução

Cultura é vida. Ao falarmos em cultura, primeiro precisamos entender que tudo a cerca desse universo está ligado ao atributo humano, o ser humano culturaliza o instinto biológico em busca de viver em sociedade. As relações que temos com a natureza são intermediárias, as usamos como fonte de recurso para suprir nossas necessidades e caprichos. No livro *A ideia de cultura*, o autor define que:

Cultura é justamente o mecanismo daquilo que mais tarde será chamado de hegemonia, moldando os sujeitos humanos às necessidades de um novo tipo de sociedade politicamente organizada, remodelando-os com base nos agentes dóceis, moderados, de elevados princípios, pacíficos, conciliadores, e desinteressados dessa ordem política. (EAGLETON, 2005, p.19)

Porém a concepção e atuação da cultura no Brasil são restritas, excludentes e desiguais por forte influência de como se deu nossa construção histórica como nação. Ao analisar a história e até mesmo nos dias de hoje, percebe-se que a percepção de cultura sempre foi algo imposto, dado por quem retém o poder (na pré-história, por exemplo, o poder era relacionado à força física; hoje em dia, as grandes instituições ou pessoas que fazem o capital girar).

Ideologicamente apesar de existir uma tendência a humanização e abrangência da cultura quando pensada de forma transversal, as limitações da atuação da cultura acontecem principalmente em função das semelhanças de interesse com a lógica de mercado. As empresas e os detentores do grande capital têm grande poder sobre a atuação da área cultural, inclusive pública, no país.

Os direitos humanos e culturais previstos constitucionalmente são apenas exercidos para a parcela da sociedade privilegiada pela lógica do capital, que por possuir visibilidade, e principalmente, diversos privilégios faz com que cultura seja entendida e tratada muitas vezes apenas como forma de entretenimento e lazer, portanto assim como algo supérfluo. Cada ato permite reforçá-la ou modificá-la, podendo-se associar normas e convenções sociais à cultura conservadora, porém sempre há no campo da cultura, espaço para contestação:

Desde a posse, tenho me concentrado nessa tarefa, convocando o Ministério, o conjunto do Governo Federal e a sociedade a um profundo exame do papel da cultura em nosso processo histórico. Ainda me impressiona a constatação de um terrível paradoxo: como um país tão rico e tão diverso em expressões culturais, valores simbólicos e celebrações lúdicas, pode ter um

Estado tão ausente, tão desarticulado, tão omissos e tão medíocres em suas intervenções no campo da cultura? (...). É preciso ir além das fronteiras da mídia ou dos limites do percurso individual dos bem-pensantes, dos bem-nascidos e mesmo dos bem-intencionados. (GIL, 2003)

O Programa de Apoio à Cultura (ProAC) faz parte de uma política de estado que concentra o maior fluxo de poder e renda do país. O ICMS, uma das categorias do ProAC, é uma das políticas públicas culturais com mais expressividade e uso no Brasil. Em 2015, o Estado destinou apenas 1,5% aproximadamente de seu orçamento total a cultura, sendo que 0,5% do orçamento governamental total é direcionado a Secretaria Cultural do Estado de São Paulo. Isso corresponde a quase 30% da verba destinada a Cultura em todo o Brasil do ano, segundo a 1ª edição do Boletim Um.

O ProAC ICMS representa aproximadamente 12% da verba que é direcionada a Secretaria Cultural do Estado de São Paulo. Assim como as demais leis de renúncia fiscal, no ICMS as decisões são tomadas por profissionais de marketing de grandes instituições, que visam interesses de mercado, na maior parte das vezes sem conhecimento, ou real interesse na pauta cultural em questão.

Considerando esse cenário, esse artigo portanto, pretende fazer uma análise dos dados do ProAC ICMS de 2015 e traçar um paralelo entre os conflitos da atuação da cultura na agenda pública do Brasil em função das semelhanças com as intenções e interesses da lógica de mercado, mostrando ainda os limites para o nosso desenvolvimento como sociedade, como agente de transformação e sensibilização nos diversos âmbitos em que se permeia, e como garantia dos direitos humanos e culturais, sobretudo o direito de ser e se desenvolver dos diferentes grupos sociais.

2. Lógica de Mercado X Abrangência de Expressão

Vive-se o capitalismo, esse sistema traz uma concepção social que busca o previsível. O capital é investir para ter lucro, sacrificar o presente para colher no futuro. Isso faz com que as instabilidades assustem, pois a sociedade se sacrifica sempre em busca desse capital.

Esse sistema tornou o mundo insustentável, tanto pelos recursos naturais serem escassos quanto pela intensificação da exclusão e desigualdade. Fora isso, uma das premissas para que funcione é que para alguém ganhar, outro tem de perder. Ou seja, o

mundo só existe em função da exclusão social, pois se todos consumissem no ritmo imposto pelo capitalismo faltariam recursos.

Esse mesmo sistema molda seus membros a desempenharem o papel de consumidores, porém nem todos podem consumir justamente em função de condições desiguais. Mas por trás dessa lógica e até para garanti-la, é necessário fazer com que o consumidor tenha uma relação acelerada com o tempo e sinta o prazer instantâneo no consumo, uma vez que dessa forma seu comportamento é orientado:

A necessária redução do tempo é melhor alcançada se os consumidores não puderem prestar atenção ou concentrar o desejo por muito tempo em qualquer objeto; isto é, se forem impacientes, impetuosos, indóceis e, acima de tudo, facilmente instigáveis e também se facilmente perderem o interesse. A cultura da sociedade de consumo envolve, sobretudo, o esquecimento, não o aprendizado. (BAUMAN, 1999, p.77)

Sendo assim, se torna um ciclo vicioso do qual segundo Bauman ainda, a relação tradicional entre necessidades e sua satisfação é revertida: a promessa e a esperança de satisfação precedem a necessidade que se promete satisfazer e serão sempre mais intensas e atraentes que as necessidades efetivas.

Portanto, o consumidor é condicionado a sempre estar em movimento, sempre querer mais, porém do outro lado existem diversos grupos sociais sem as mesmas condições, recursos e privilégios que também são atraídos por essa lógica, que não podem ser consumidores, podem apenas desejar ser, sobretudo, por serem marginalizados e negligenciados pela sua posição social precária. Com isso, quanto mais ambos indivíduos se movem, mais tendem a se polarizar e mais distantes eles ficam, explicando mais uma vez a intensificação da desigualdade que essa lógica mantém.

A globalização intensificou ainda mais tudo isso, uma vez que todos são bombardeados com cada vez mais informações e o resultado disso são cada vez mais, as carências de significados. Isso se faz viver hoje a era da chamada crise de identidade, não se para a fim de entender o que e quem foi deixado no caminho, pois as pessoas foram e são condicionadas a ver e ouvir apenas um tipo de linguagem, de quem retém o poder e quem tem condições para sustentá-lo.

A identidade é construída, plástica, narrativa, e toda narrativa é contada por uma linguagem. A linguagem, portanto, é um reflexo da cultura, é um olhar da realidade e não reflexo dela. Não existe linguagem neutra, a linguagem é uma construção e toda construção opera valores.

Assim, a identidade tem dois lados, mas em função do condicionamento conservador da linguagem surgiram os diversos preconceitos que não dão a todos os mesmos direitos de viver e buscar o capital exigido por essa lógica. Com isso, sabemos quem são os que perdem. “Os que perdem”, os que não têm lugar na história, na cultura, são os mesmos que ainda precisam lutar para mostrar que existem. Os que ganham por sua vez, colocam a diversidade como forma de mercadoria:

O diálogo intercultural, visto como uma possibilidade de se dirimir conflitos, só é possível quando há uma compreensão das diferenças como um direito legítimo de expressão. Caso contrário, falar em diversidade limita-se apenas a “tolerância”, retórica esvaziada por um comportamento pretensamente moral que busca esconder posturas de superioridade. Ou então, na perspectiva mercadológica, enxergar a diversidade como a oportunidade de um novo negócio. (OLIVEIRA, 2014, p.8)

Além disso, a identidade se sustenta na alteridade, “sou, porque não sou outro”. O valor do “eu” passar por uma fase de transição, mas também de crise, pois quanto mais a sociedade se desconstrói, mais se percebe a insustentabilidade desse sistema. A medida que a sociedade foi condicionada a crescer e viver repleta de barreiras, o ser humano e as instituições começam a ter de olhar de fora pra dentro para se sentirem aceitos:

Podemos escolher e criar – e recriar – nossa identidade à medida que as possibilidades de vida mudam e se expandem ou se contraem. Com a modernidade, porém, também aumentou a ingerência do outro, pois, à medida que o número de possíveis identidades aumenta, é preciso obter reconhecimento para assumir uma identidade socialmente válida. Na modernidade há também uma estrutura de interação com papéis, normas, costumes e expectativas socialmente definidos e disponíveis, precisamos escolhê-los e reproduzi-los para obtermos identidade num procedimento complexo de reconhecimento mútuo. Dessa maneira, na modernidade o outro é uma constituinte da nossa identidade; por conseguinte, nos últimos tempos é bem comum a personagem determinada pelo “outro”; ela depende dos outros. (KELLNER, 2001, p.296)

Para afirmar sua a identidade, o indivíduo precisa negar outra, logo entra em conflito, pois nega o que foi imposto a negar como valores. O imposto não reflete quem

realmente somos, o que de fato acreditamos, então estamos em conflito com o que negamos, com a nossa linguagem.

A cultura permeia nesse campo de conflito, de abranger o diálogo a todos e não apenas para a parte privilegiada que consegue mostrar seus fazeres. Esse diálogo pressupõe relativizar aquilo que se pensa e assusta em função de trazer os medos e as instabilidades à tona. Cultura é exatamente esse campo de conflito.

Em função dessa crise do sistema e de identidade, somos cada vez mais levados a enxergar as lacunas deixadas na história, e com isso entender e replicar algo mais próximo da cultura de fato e não a que fomos condicionados a engolir. Atualmente os agentes de transformação que lutam por propagar esse entendimento têm muita dificuldade, claro, uma vez que os contratos sociais dão segurança e regularidade dos comportamentos esperados são postos em questionamento. E esse é o verdadeiro papel da cultura, cultivar ou destruir esses contratos:

A função da cultura não é satisfazer necessidades existentes, mas criar outras – ao mesmo tempo que mantém as necessidades já entranhadas ou permanentemente irrealizadas. Sua principal preocupação é evitar o sentimento de satisfação em seus antigos objetos e encargos, agora transformados em clientes; e, de maneira bem particular, neutralizar sua satisfação total, completa e definitiva, o que não deixaria espaço para outras necessidades e fantasias novas, ainda inalcançadas. (BAUMAN, 2013, p.21)

Assim, por meio desse campo de conflito propiciado, a resistência conservadora se intensifica, mostrando diversas expressões de intolerância, uma vez que a intolerância surge quando ameaçamos tirar alguém ou algo da zona de conforto. Tais expressões mais uma vez são frutos da crise global, sobretudo na política, que deriva de preocupações com valores morais e busca desesperadamente por referências.

Em função dessa busca, o indivíduo se isola. Esse afastamento na busca de fazer parte de algo, de se identificar com semelhantes o deixa vulnerável as influências do mercado, a enxergar apenas a linguagem empurrada pelo sistema:

Podemos dizer que, em sua fase líquido-moderna, a cultura é feita na medida da liberdade de escolha individual (voluntária ou imposta como obrigação). É destinada a servir às exigências desta liberdade. A garantir que a escolha continue a ser inevitável: uma necessidade de vida e um dever. (...) a cultura líquido-moderna não tem "pessoas" a cultivar, mas clientes a seduzir. (BAUMAN, 2010, p.33)

A cultura em si não impõe limitações, que impões limites somos nós humanos com a linguagem que tratamos a cultura. Não existem culturas puras, as construções que fazemos são misturas, por isso deve-se se autoquestionar quais são os valores que replicamos e de onde eles vêm:

A relação entre cultura, diversidade cultural e desenvolvimento que pretenda avançar na direção de um modelo sustentável de desenvolvimento torna imperativa a necessidade da criação de condições propícias ao aumento da diversidade das manifestações culturais e a promoção da inclusão, simultaneamente cultural, social e econômica, de novos múltiplos agentes criadores. (MIGUEZ, p.383)

3. Retrato Cultural: Percepção x Atuação

Considerando os interesses da lógica de mercado, uma sociedade cada vez mais globalizada, a marginalização e negligência com diversos grupos sociais no decorrer de nossa história e até hoje em dia, e a resistência e intensificação da atuação conservadora em nosso país nos últimos tempos é preciso se pensar e falar em cultura. Não cultura imposta acerca da nossa construção como sociedade, mas cultura de forma transversal, como fonte de transformação, sensibilização e desenvolvimento. Desenvolvimento de humanidade, abrangência de expressão, dando visibilidade a todos que foram e são negligenciados na construção de nossa história e com toda a diversidade que essa palavra deveria agregar:

Nossa relação com a cultura deve ser muito mais do que tem sido até aqui: denunciar as manipulações de classe hegemônica e planejar ações de curto prazo, para aproveitar as conjunturas eleitorais ou outros tipos de mobilização transitória. Qual seria então, o principal objetivo de uma política popular na cultura? A progressiva democratização dos meios, as instituições, as linguagens através das quais a comunicação social é realizada e a consciência do povo é cotidianamente estruturada. (CANCLINI, 1983, p. 51)

Se fossem enxergados esses pontos, certamente a garantia ao menos de direitos humanos a todos estaria mais próxima. A própria concepção da palavra, cultura por si só, é entendida como caixas as quais todos fomos condicionados a engolir associados ao que tem de mais refinado, intelectual e elitista das “influências Belas Artes”. A maioria das expressões que fogem desse padrão, normalmente é tratada como cultura popular, periférica, de massa, quase sempre de forma negligenciada, reprimida e diminuída. Um exemplo disso, é o que acontece com o funk, rap e outros movimentos musicais que mostram um olhar da periferia ao centro.

Isso acontece pois historicamente e hoje em dia, quem detém o poder não é disposto a perder seus privilégios, dividir seus espaços, assim permitindo associar tal barbárie a concepção de Tradição Idealista onde cultura tem uma fórmula: neutra, objetiva e universal. Ou seja, tudo que essa tradição impõe é vista de forma plural e se assemelha a concepção sociológica de cultura, uma vez que pelo senso comum não existem dúvidas do que é cultura. Com isso, mais luz é dada a quem já tem visibilidade, afinal o importante é respeitar o circuito organizacional que estimula a produção, circulação e enfim, o consumo desses bens simbólicos, certo?

Errado, não se pode desconsiderar a importância dessa dimensão ao pensar na democratização da área por meio desse ciclo, por exemplo, porém isso trás a tona a dificuldade de existência da dimensão antropológica, que se faz fundamental hoje para que os ritmos musicais citados acima continuem a existir, sejam difundidos, e também para que outros sejam criados e outras formas expressões de um grupo social não sejam marginalizadas ou extintas:

A cultura, em sua dimensão antropológica, não é uma responsabilidade específica do setor governamental dela encarregado: ou ela é uma diretriz global de governo, ou não poderá existir efetivamente como política específica. A área cultural dificilmente terá meios e poderes para assumir esse desafio sozinha. A ênfase dada aqui a esta dimensão mais complexa do problema não significa a minimização dos desafios e a relevância do que se passa na dimensão sociológica, em que o quadro institucionalizado para a produção das artes, dos espetáculos, das exposições e dos eventos de natureza variada torna as tarefas, de imediato, mais exequíveis com os recursos da própria área da cultura. (BOTELHO, 2001, p.75)

Apesar do exemplo de expressões musicais, podem-se perceber a extensão dessas consequências no racismo, xenofobia, homofobia, transfobia, elitismo, machismo, entre outros grupos violentados do decorrer da nossa história e ainda atualmente, afinal:

Seria como dizer que a falta de visibilidade institucional da dimensão antropológica da cultura tem alguma compensação através da proximidade do eleitorado, que deve cumprir seu papel nessa luta. Ao mesmo tempo, a arena política nacional, principalmente num momento de redução da presença do Estado nas políticas sociais, a torna mais e mais abstrata. (BOTELHO, 2001, p.76)

Fora isso, a problemática também se da, pois a cultura Belas Artes não conversa e não representa a maioria da nossa sociedade, uma vez que a maioria das pessoas não se identificam com os processos e os resultados apresentados como cultura nessa dimensão, pois é associado apenas a arte, design, literatura, entre outras definições separadas por caixas, entendidas e reconhecidas no senso comum, porém não afins.

Essa não deveria ser a prioridade da atuação do Estado em relação à cultura, pois a maioria dos cidadãos no Brasil ainda não consegue sentir espaço para se expressar ou ao menos ser reconhecido como cidadãos que são, pois esses não vivem acerca dos direitos estabelecidos constitucionalmente a todos, e mais que isso, esses ainda são marginalizados, reprimidos e diminuídos.

Trazendo um exemplo de como a consequência desse posicionamento do Governo contribui para isso em alguns números, segundo a edição 165 da Sessão 1 do Diário Oficial da União, em 2015 o Brasil tinha aproximadamente 204 milhões de pessoas, sendo o Estado de São Paulo o mais populoso com 44,4 milhões, ou seja, 21,7% do total do Brasil. Só na capital, são 12 milhões de habitantes, representando ainda aproximadamente 27% do total do Estado e 6% de todo o Brasil.

Dos 204 milhões de habitantes, 48,4% eram mulheres e mais da metade, 53,6%, das pessoas se declaravam como de cor ou raça preta ou parda, segundo a Síntese de indicadores sociais do IBGE. Entre todas essas mulheres, cinco são espancadas a cada 2 minutos no país e uma em cada cinco consideram já ter sofrido alguma vez algum tipo de violência por parte de algum homem, conhecido ou desconhecido, segundo a *Campanha Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha – A lei é mais forte*³. Segundo a Campanha ainda, em comparação a 2014, os dados a violência contra a mulher em 2015 aumentaram em: 44,74% no número de relatos de violência, 325% de cárcere privado (média de 11,8/dia), 129% de violência sexual (média de 9,53/dia) e 151% de tráfico de pessoas (média de 29/mês,

³ A Campanha é resultado da cooperação entre o Poder Judiciário, o Ministério Público, a Defensoria Pública e o Governo Federal, por meio da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República e o Ministério da Justiça. Tem como objetivo unir e fortalecer os esforços nos âmbitos municipal, estadual e federal para dar celeridade aos julgamentos dos casos de violência contra as mulheres e garantir a correta aplicação da Lei Maria da Penha.

Os dados do Relatório Anual Socioeconômico da Mulher de 2015 são ainda mais assustadores quando se fala em mulheres negras, considerando que 52% do total de mulheres se declararam negras e dessas somente 48,4% estavam em trabalhos formais frente a 64,6% dos homens brancos. As significativas diferenças de acordo com a raça ou cor podem ficar ainda mais evidentes quando comparamos a taxa de empregabilidade entre mulheres de 16 a 59 anos, que era de 64,2%, bastante inferior à dos homens nessa mesma faixa (86,2%). Isso sem falar de que fica cada vez pior quando é evidenciado outros âmbitos, como os índices de violência, uma vez que os homicídios de mulheres negras no Brasil aumentaram 54% nos últimos 10 anos.

Infelizmente, como esse exemplo existem outros diversos grupos sociais que sofrem outras diversas opressões e violências, e claro, que esses fatos não são apenas de responsabilidade do Governo. Porém uma vez que nas democracias modernas as necessidades sociais são evidentes e essas devem ser articuladas e promovidas pelo Estado por meio de políticas públicas, existe esse enorme abismo nesse campo em nosso país, tanto no entendimento quanto de atuação, sobretudo quanto a contemplação da dimensão antropológica nas políticas públicas referentes a cultura:

O ponto de partida desta política é saber que o significado da identidade não é dado por nada – nem pela raça, nem pelo Estado, nem pelo consumo – mas que se produz na história. O ponto de chegada é construir uma sociedade em que o poder não seja algo que se conquista ou reverencie, mas a manifestação solidária da capacidade criadora do povo. (CANCLINI, 1983, p.51)

Os criadores, nesse caso, o Estado, quando não articula essa relação com o poder, negligencia a dimensão antropológica em suas políticas culturais desde sua estruturação até sua aplicação.

Para piorar ainda mais a situação e complementando sua omissão, o Estado brasileiro se esquia de seu papel uma vez que não reconhece a cultura na agenda do país, destinando muito pouco de seu orçamento total em 2015, cerca de apenas de 1,5% aproximadamente, segundo o a 1ª edição do Boletim Um, disponibilizado no Portal de Transparência de Cultura do Governo do Estado de São Paulo.

Essa porcentagem se aplica quase que majoritariamente ao que está “dentro da caixa”, dimensão sociológica, e tampouco existe força ou preocupação expressiva para uma articulação política efetiva em todas as esferas da administração pública. Enquanto

nossa sociedade não entender, explorar e lutar por isso, essa dimensão se torna incompatível frente ao conceito de abrangência que oferece como possibilidade e fator de desenvolvimento:

Nas sociedades que procuram estabelecer regimes igualitários, o pressuposto é que todos devem ter a possibilidade de passar dos níveis populares para os níveis eruditos como consequência normal da transformação de estrutura, prevendo-se a elevação sensível da capacidade de cada um graças à aquisição cada vez maior de conhecimentos e experiências. Nas sociedades que mantêm a desigualdade como norma, e é o caso da nossa, podem ocorrer movimentos e medidas, de caráter público ou privado, para diminuir o abismo entre os níveis e fazer chegar ao povo os produtos eruditos. Mas, repito, tanto num caso quanto no outro está implícita como questão maior a correlação dos níveis. E aí a experiência mostra que o principal obstáculo pode ser a falta de oportunidade, não a incapacidade. (CANDIDO, 2004, p.10)

Deve-se ter cuidado para não andar entre esses extremos, a questão da abrangência deve ser interpretada na perspectiva da diversidade e extensão da expressão cultural, até para que se não confunda o próprio entendimento de desenvolvimento; pois a alta ou queda do dólar não deveria ser mais importante a algum fator ou possibilidade referente ao desenvolvimento humano ou social:

A diversidade cultural necessita ser pensada para além das estruturas econômicas e mercadológicas. A cultura expressa formas de ver a realidade, reproduzindo as hierarquias socialmente construídas, mas também aponta as possibilidades de trajetórias de manutenção e suspensão de tais situações. Por isto, uma política cultural democrática passa necessariamente pela garantia de espaços iguais para esta diversidade cultural se expressar. Ao invés de se constituir um “mercado da diversidade cultural”, construir uma “esfera pública cultural” em que estas percepções distintas de posições e trajetórias possam livremente se expressar. (OLIVEIRA, 2014, p.8)

Em 2003, nosso ex-ministro da Cultura pontuou algo muito expressivo e que se faz muito atual ainda nos dias de hoje sobre o que devemos buscar por meio das políticas públicas de cultura, em um de seus encontros com Secretários de Cultura de todo país:

Nossa tarefa comum é a de formular e executar políticas públicas de cultura, articuladas e democráticas, que promovam a inclusão social e o desenvolvimento econômico, e consagrem a pluralidade que nos singulariza entre as nações, e que singulariza, dentro da nação, as comunidades que a compõem. Políticas que transcendam o fato cultural, o evento, o produto, a

expressão individual, e que realizem seu pleno potencial, tornando-se poderosos instrumentos de resgate da dívida social que o Brasil tem com a maioria de seu povo. (GIL, 2003)

4. Articulações X Contradições

O ProAC, que é dividido entre as categorias ICMS e Editais, faz parte de uma política cultural do estado de São Paulo, que concentra o maior fluxo de poder e renda do país.

Considerando o ano de 2015, aproximadamente 0,5% do orçamento governamental total é direcionado a Secretária Cultural do Estado de São Paulo. Isso corresponde a aproximadamente 30% da verba destinada a Cultura em todo o Brasil por ano, segundo a 1ª edição do Boletim Um, disponibilizado no Portal de Transparência de Cultura do Governo do Estado de São Paulo.

O ProAC ICMS representa aproximadamente 12% da verba direcionada a Secretária Cultural do Estado de São Paulo, podendo assim ser considerado uma das políticas públicas culturais com mais expressividade e uso no Brasil, uma vez que é duas vezes maior que a verba destinada a todas as outras políticas de fomento do Estado (totalizadas em apenas 6%, incluindo inclusive a outra modalidade do ProAC, o Editais). Sendo assim, o ICMS será usado como objeto de estudo para fazer um paralelo com o conteúdo levantado até então.

Quando comparado ao ProAC Editais ainda, percebemos que historicamente foi investido quase o triplo do orçamento no ICSM até 2015:

Tabela I				
Ano	ProAC Editais		ProAC ICMS	
	Valor (em R\$ Milhões)	Prêmios Concedidos	Valor (em R\$ Milhões)	Projetos Aprovados
2015	40	662	121	1451
2014	44	672	135	1.088
2013	29,8	444	126	1.081
2012	26	365	118	1583

2011	23,8	475	93	536
2010	20,5	396	90	429
2009	16,6	366	50	422
2008	19,2	422	35	1.018
2007	11,5	270	30	642
2006	19,2	558	20	-
Total	250,6	4.630	818	8.250

Para a construção dessa tabela foi consultado os dados da aba Fomentos disponível no Portal de Transparência da Cultura do Governo de Estado de São Paulo.

Em 10 anos, o ICMS representa aproximadamente 76,5% do valor destinado e 64% dos projetos realizados de todo ProAC. Em 2015, por exemplo, o valor para os projetos contemplados nessa categoria foi de R\$121 milhões, já o Editais foi R\$40 milhões. Essa diferença é acompanhada, praticamente ano a ano, desde a criação do ProAC.

Apesar do crescimento da adesão do ICMS no decorrer dos anos ser muito expressivo, sobretudo quando comparado a outra modalidade, não existe muitas informações disponíveis sobre os projetos aprovados nessa categoria. As informações dos projetos contemplados pelo ProAC Editais são muito mais acessíveis e transparentes.

A falta de informação e dados deixa lacunas quanto ao percentual de prêmios para proponentes de fora da capital, por exemplo. Segundo a 3ª edição do Boletim Um, disponibilizado no Portal de Transparência de Cultura do Governo do Estado de São Paulo, existe desde 2015 a premissa de que ao menos 50% dos projetos contemplados sejam de fora da capital na categoria Editais. Já no ICMS, não existem indicadores que mostrem se há uma preocupação em diversificar e ampliar o seu alcance geográfico ou não, ou se isso acontece ou deveria acontecer ao menos.

Além disso, segundo o Manual de Orientação do ProAC ainda, a premissa de implementar projetos que muitas vezes não teriam participação no mercado cultural (mas que revelam-se de grande significado para a sociedade) só contempla a modalidade Editais.

Evidenciar tais premissas apenas a modalidade com menos expressividade e a falta na transparência das informações também é um indicativo de que a luz tem sido direcionada a quem já tem visibilidade, sendo assim, de forma não abrangente e mostrando mais uma vez a falta de atuação, ou melhor, a vista grossa do Estado.

Ainda que na aba de Perguntas e Respostas do ICMS, localizado no portal do ProAC, o Estado deixa clara sua posição quando responde sobre os critérios que são levados em consideração para aprovação dos projetos dessa categoria: “Interesse público e artístico da proposta, compatibilidade de custos, capacidade demonstrada pelo proponente e pelo responsável técnico/artístico para a realização do projeto, além de atendimento à legislação referente ao ProAC ICMS ”. Ou seja, um dos espaços em que poderia acontecer isso não foi feita nenhuma menção as premissas citadas acima, mostrando mais uma vez a negligência para com esses assuntos.

Os dados também mostram que houve uma adesão cada vez maior das empresas e que o Governo não acompanhou o crescimento dessa política em sua atuação. A falta de transparência de dados e números muito maiores de projetos e de verba do ICMS frente ao Editais, reflete na ineficácia da atuação do Estado, mais uma vez pela falta de acompanhamento e controle de seus próprios feitos. Por outro lado, o Governo se põe em uma situação confortável, pois faz a política de boa vizinhança com as empresas, uma vez que lhes dá mais liberdade e poder de atuação de acordo com seus próprios interesses, garantindo a lei do menor esforço para si.

Outro fator relevante sobre o ICMS, é que os valores destinados aos projetos são contemplados por segmentos, do qual o valor máximo para cada projeto varia segundo o segmento:

Tabela II	
Segmento	Valor máximo
Restauração e preservação de bens protegidos por órgão oficial de preservação	R\$1.000.000,00
Recuperação, construção e manutenção de espaços de circulação da produção cultural no Estado	R\$1.000.000,00
Cinema	R\$800.000,00
Ópera	R\$600.000,00
Teatro	R\$600.000,00

Dança	R\$500.000,00
Música	R\$500.000,00
Artes plásticas, visuais e design	R\$500.000,00
Patrimônio histórico e artístico	R\$500.000,00
Museu	R\$500.000,00
Circo	R\$400.000,00
Cultura Popular	R\$400.000,00
Eventos Carnavalescos e Escolas de Samba	R\$300.000,00
Programas de Rádio e de Televisão com finalidades cultural, social e de prestação de serviços a comunidades	R\$300.000,00
Projetos Especiais – primeiras obras, experimentações, pesquisas, publicações, cursos, viagens, resgate de modos tradicionais de produção, desenvolvimento de novas tecnologias para artes e para cultura e preservação da diversidade cultural	R\$300.000,00
Bibliotecas, arquivos e centros culturais	R\$250.000,00
Literatura	R\$250.000,00
Vídeo	R\$200.000,00
Pesquisa e documentação	R\$150.000,00
Hip-Hop	R\$100.000,00
Bolsas de estudos para cursos de caráter cultural ou artísticos, ministrados em instituições nacionais ou internacionais sem fins lucrativos	R\$75.000,00

Para a construção dessa tabela foi consultada a aba de Perguntas e Respostas do ICMS disponível no portal do ProAC.

11 dos 21 segmentos estão no segundo quadrante (destacados em azul na tabela acima), do qual a soma do valor máximo é de R\$2.725.000,00, correspondente a menos da metade da soma do primeiro quadrante, que por sua vez, tem a soma total em R\$6.500.000,00. Os 10 segmentos que contemplam o primeiro quadrante por sua vez, correspondem a 70% do total de verbas destinados a soma de todos os 21 segmentos.

Levando em consideração esses números, vale pontuar que dentro do segundo quadrante estão os movimentos que justamente trazem um olhar maior da periferia ao centro ou que buscam expandir esses olhares por meio dos estudos na área. É por meio

desses olhares que se enaltece a difusão da diversidade, fazendo com que esse dado por si só, deixa claro a real intenção dessa política.

Por serem atributos reconhecidos como produtos culturais, cada um dos 10 segmentos que contemplam o primeiro quadrante, representam o que muitas vezes a maioria dos brasileiros não podem consumir ou não sentem afinidade, devido mais uma vez a influência da cultura Belas Artes. Com isso, mais uma vez, pode-se perceber que no ICMS existe uma pré-disposição de se manter em evidência quem sempre teve o foco.

Ou seja, o fato de evidenciar esforços e capital para o primeiro quadrante e o fato de reconhecer a cultura por meio de segmentos por si só, mostra que a cultura não é consumível para todos, uma vez que a põe em caixas excludentes. Essa exclusão reduz as expressões culturais e artísticas a produto/mercadorias para grande parcela da população, fazendo com que muitas pessoas não se identifiquem, entendam ou sequer tenham interesse em cultura.

Assim diversos grupos sociais são mais uma vez excluídos, conformados muitas vezes em perceber essas expressões como opção de lazer e não como algo natural em sua pluralidade de expressões, visto que seu entendimento é reduzido apenas a uma mercadoria.

Todo esse posicionamento por parte do Governo resulta em um conflito quanto ao cumprimento de alguns objetivos previstos pelo Artigo 2º da Lei 12.268 e acordados na implementação do Programa de Ação Cultural (PAC), desmembrados em função da distinção de intenções desses objetivos:

Tabela III			
Objetivos	Desmembramento dos Objetivo	Cumprido pelo ICMS?	Justificativa
Apoiar e patrocinar a renovação, o intercâmbio, a divulgação e a produção artística e cultural no Estado	Apoiar e patrocinar a renovação artística e cultural no Estado	Não	Não há indicadores que mostrem se existe essa preocupação
	Apoiar e patrocinar o intercâmbio artístico e cultural no Estado	Não	Não há indicadores que mostrem se existe preocupação em diversificar o

			alcance geográfico
	Apoiar e patrocinar a divulgação artística e cultural no Estado	Sim	-
	Apoiar e patrocinar a produção artística e cultural no Estado	Sim	-
Preservar e difundir o patrimônio cultural material e imaterial do Estado	Preservar o patrimônio cultural material e imaterial do Estado	Sim	--
	Difundir o patrimônio cultural material e imaterial do Estado	Sim	-
Apoiar pesquisas e projetos de formação cultural, bem como a diversidade cultural	Apoiar pesquisas e projetos de formação cultural	Sim	-
	Apoiar pesquisas e projetos de diversidade cultural	Não	Não há indicadores que mostrem se existe essa preocupação
Apoiar e patrocinar a preservação e a expansão dos espaços de circulação da produção cultural	Apoiar e patrocinar a preservação dos espaços de circulação da produção cultural	Sim	-
	Apoiar e patrocinar a expansão dos espaços de circulação da produção cultural	Não	Não há indicadores que mostrem se existe preocupação em ampliar o alcance geográfico

Para a construção dessa tabela foi consultado os objetivos do Artigo 2º, da Lei 12.268, de 20 de fevereiro de 2.006, disponível no portal do ProAC.

Apenas 1 entre os 4 objetivos ‘originais’ são cumpridos plenamente. Vale a pena pontuar ainda que mesmo nos objetivos que contribuem para democratização e capitalização da cultura, não há indicadores que mostrem se existe preocupação em abranger essas ações por todo Estado.

5. Considerações finais

O ProAC ICMS tem instruções e processos bem definidos, porém não é transparente quanto a suas reais intenções, uma vez que não dispõe informações

referentes à prestação de contas dos projetos aprovados e não cumpre a maioria dos objetivos a que se propõe.

O conflito está justamente no fato de política cultural mais expressiva do Estado, que mais detém poder e recurso, ser pensada apenas na esfera da dimensão sociológica da cultura. Sua atuação nesse campo é eficaz e apesar de não poder se negar sua importância, a dimensão antropológica não é contemplada, fazendo com que o governo aumente sua dívida com os grupos sociais marginalizados e negligenciados no decorrer da história.

Assim como as demais leis de renúncia fiscal, as decisões são tomadas por profissionais de marketing de grandes organizações, que visam interesses institucionais e de mercado, e na maior parte das vezes não tem conhecimento, ou real interesse na pauta cultural contemplada. Com isso, em troca da garantia de mais espaço e liberdade para atuação do Marketing das empresas, o Governo se coloca em uma posição confortável e esquiva de seu papel e responsabilidades mais uma vez, resultando na contribuição para que a lógica de mercado se mantenha e mantendo também a política da boa vizinhança com grandes corporações.

As empresas ou as áreas de Marketing por sua vez não são vilãs da história, apenas seguem o entendimento de cultura que lhes é condicionado, por outro lado é inevitável que contribuam para o funcionamento dessa lógica, uma vez que em função desse direcionamento da atuação sob as políticas culturais, normalmente não contribui ou contribui muito pouco com a contemplação de grupos sociais excluídos e oprimidos.

Enquanto mais visibilidade é priorizada a quem já vive não só com os direitos constitucionais estabelecidos mas também retém privilégios, diversos grupos sociais, ainda têm que lutar não só para adquirir esses privilégios, mas para garantir ao menos seus direitos. Direito de ser, direito de existir, ser reconhecido e tratado como gente, como cidadão.

Com isso, o entendimento e percepção de cultura são reduzidos a mercadoria e associados a forma de lazer, como algo supérfluo, como um privilégio não acessível, não afim e não como algo natural em sua pluralidade de expressões.

Portanto, o Estado por meio de seu posicionamento em uma das políticas culturais mais expressivas e usadas contribui para esse ciclo vicioso, do qual aumenta

ainda mais a desigualdade social, restringe cada vez mais a abrangência da diversidade e dificulta cada vez mais a possibilidade dos grupos violentados e invisíveis sequer mudar sua posição frente a essa dialética.

6. Levantamento bibliográfico

BAUMAN, Zygmunt. A Cultura no mundo líquido moderno. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização e as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: São Paulo em Perspectiva. São Paulo, 15 (2): 73-83, abril/junho de 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010288392001000200011&lang=pt

CANCLINI, Néstor García. Introducción: Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latino-americano. In: Políticas Culturales en América Latina.

CANDIDO, Antônio. O direito à literatura. In: Vários escritos. 4ª. ed. reorganizada pelo autor. São Paulo/ Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2004.

Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha – A lei é mais forte. Disponível em: <http://www.compromissoeatitude.org.br/alguns-numeros-sobre-a-violencia-contras-mulheres-no-brasil/>> Acesso em 15/04/2017.

EAGLETON, Terry. A ideia de cultura, São Paulo: Unesp, 2005. GULLAR, Ferreira. Arte e personalidade, 2015.

GIL, Gilberto. “Discursos do Ministro no Encontro dos Secretários de Cultura”. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtQfY/content/discurso-do-ministro-gilberto-gil-no-encontro-dos-secretarios-de-cultura-35839/10883.> Acesso em 01/02/2017.

IBGE. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Síntese do Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2015 /IBGE. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. 137p. - (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, ISSN 1516-3296; n. 35). Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95011.pdf>>. Acesso em 18/04/2017.

IBGE. Diário oficial da União. Seção 1ª, nº 165, página 98. Publicado na sexta-feira, 28 de Agosto de 2015, e disponível em <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=98&data=28/08/2015>> Acesso em 18/04/2017.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru: Edusc, 2001.

MANUAL DE ORIENTAÇÃO DO ProAC. Disponível em: <www.cultura.sp.gov.br/.../proac/Manual%20de%20Orientação%20do%20ProAC.doc> Acesso em 15/04/2017.

MIGUEZ, Paulo. Cultura, Diversidade Cultural e Desenvolvimento. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3073/1/Cultura,%20diversidade%20cultural%20e%20desenvolvimento_13_P_BD.pdf>. Acesso em 15/02/2017.

OLIVEIRA, Dennis. Cultura como desenvolvimento e emancipação. 2014.

PORTAL DO ProAC. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site>>. Acesso em 15/02/2017.

PORTAL DE TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/programas-de-fomento>> Acesso em 21/04/2017.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO. “Boletim UM – Cultura em Números”. Nº 1/2016. São Paulo: Unidade de Monitoramento da SEC SP, março/2016, revisto em jan/2017. Disponível em: <<http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2016/03/2017.01.04-Boletim-UM-n.-1-Cultura-em-N%C3%BAmeros-atualizado-1.pdf>> Acesso em 21/04/2017

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Boletim UM – 10 Anos de ProAC.Editais, Nº 3/2016. São Paulo: Unidade de Monitoramento da SEC SP, Dezembro de 2016. Disponível em: <<http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2016/03/2017.02.17-Boletim-UM-n.-3-ProAC-Editais.pdf>> Acesso em 15/04/2017.

SECRETÁRIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. Relatório Anual Socioeconômico da Mulher. 1ª Impressão. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, março de 2015. 181p. Disponível em: <http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2015/livro-raseam_completo.pdf> Acesso em 10/04/2017