

## AS RELAÇÕES DE PODER: apontamentos para contribuir com uma reflexão no setor cultural

### Resumo

Este artigo é parte integrante da tese de doutorado “Uma fábrica de mentiras: a (in) comunicação da economia da dança”, por mim defendida em 2012 no Programa de Comunicação e Semiótica - PUC-SP, sob orientação da Profa. Dra. Helena T. Katz. O texto a seguir, aborda o estado das coisas presente nas relações entre economia e cultura e a urgência em se tratar (e divulgar) a cultura como um setor produtivo embora já existam algumas iniciativas voltadas para uma indispensável sistematização de dados. Ressalta, portanto, as relações de poder que estão imbricadas no atual modelo de financiamento à cultura no Brasil, pautado no sistema Leis de Incentivo à Cultura e seus editais e os possíveis efeitos que este modelo provoca na produção artística, principalmente na área da dança contemporânea.

**Palavras-chave:** Economia da cultura. Corpomídia. Dança. Políticas públicas.

### Dora Leão

Economista, gestora cultural e produtora cultural. Diretora da PLATÔproduções (SP). Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica/PUC-SP. Especialista em planejamento, produção e gerenciamento administrativo-financeiro de projetos artísticos-culturais e acadêmicos em dança, performance, teatro e música.

Email: platobrasil@gmail.com

## THE POWER RELATIONS: notes as a contribution to a reflection in the cultural sector

### Abstract

This article aims to address the relations in the cultural sector production and the need to address and share the idea of culture as a productive segment, although some initiatives focused on an imperative systematization and availability of data are already observed. Therefore, the text highlights the power relations that are embedded in the current model of culture funding in Brazil, based on the system of Laws for Cultural Incentive and their public notices, as well as the potential effects that this model causes (has been causing) in artistic production, mainly in the contemporary dance. This text is an integral part of the Doctoral Thesis named “A Factory of Lies: the (in)communication of dance economy”, that I defended in 2012 at the PUC-SP Program of Communication and Semiotics, under the guidance of Prof. Dr. Helena T. Katz.

**Keywords:** Culture economy. Corpomídia. Dance. Public policies.

Apesar de você, amanhã há de ser outro dia.

*Chico Buarque de Holanda*<sup>1</sup>

A lógica que opera no setor cultural é a mesma que opera em outros setores da economia qual seja, a lógica do capitalismo. Portanto, entender o que regula esse sistema capitalista é o que poderá guiar a reflexão sobre a cultura enquanto setor produtivo e suas respectivas interrelações com/ no sistema econômico em todos os setores envolvidos. Lidar com o que é peculiar a cada setor é fundamental mas, sem perder de vista as inevitáveis conexões e relações deste com o ambiente. Como apontado por Katz (1998, p. 134), “para transitar no mundo atual, o conhecimento da especificidade daquilo que o povo transforma-se no passaporte indispensável”.

Vivemos alimentados por mudanças em todos os segmentos, a tal ponto e em tal intensidade que se produzem novos mapas com grande rapidez. Os países já não são mais os mesmos, o nome dos ossos do corpo humano mudou, seres vivos nascem por clonagem. Modificações tão profundas como as que nos alimentam, atualmente, pedem por novos relacionamentos entre homem e natureza, entre homem e homem.

Para entender e saber lidar com as consequências destas transformações no setor cultural, precisa-se ter em mente que as crises não se apresentam na cultura de maneira diferente da dos demais setores. A estrutura é a mesma, e as relações estabelecidas entre “quem produz” e “quem consome” também são movidas pelo mesmo sistema baseado no dinheiro que “sai do bolso”, no gesto do consumo cultural, e no dinheiro que “entra no bolso”, sob a forma do salário/cachê/pro labore que garante a vida do empregado que trabalha no setor cultural. (SILVA, 2007)

Segundo o economista húngaro István Mészáros (2009, p. 11), citando Marx, “tudo que parecia sólido se liquefaz, encontrando-se o capitalismo em forte processo de liquefação”. Para Mészáros (2009, p. 70), toda e qualquer prática nos processos econômicos de uma sociedade passa pela lógica das relações estabelecidas pelo sistema capitalista de produção e expõe a natureza real destas relações: “a implacável dominação pelo capital evidenciando-se cada vez mais como um fenômeno *global*”.

Na verdade, não poderia ser de outra forma. Enquanto os problemas do trabalho são meramente avaliados em termos parciais (ou seja, como questões locais de grupos fragmentados, estratificados e divididos de trabalhadores), eles permanecem um mistério para a teoria,

<sup>1</sup> Cantor, compositor e escritor brasileiro nascido no Rio de Janeiro em 1944. Mais conhecido como Chico Buarque compôs a canção “Apesar de Você” em 1971.

e nada além de causa da crônica frustração na prática social politicamente orientada. (MÉSZÁROS, 2009, p. 70)

Uma vez identificada a necessidade de entender e tratar as relações que operam na produção do setor cultural dando relevância ao seu aspecto econômico, pode-se trazer à esta reflexão o conceito de “dispositivo” apresentado pelo filósofo italiano Giorgio Agamben (2009), testando a sua aplicabilidade no entendimento das relações de poder que operam nas relações entre meios de comunicação, cultura e sociedade. Segundo ele, “não seria provavelmente errado definir a fase extrema de desenvolvimento capitalista que estamos vivendo como uma gigantesca acumulação e proliferação de dispositivos”. (AGAMBEN, 2009, p. 42)

De fato, sendo o dispositivo definido por Agamben como tudo aquilo 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 viventes” (AGAMBEN, 2009, p. 41), a forma de atuação dos meios de comunicação em relação ao tema aqui abordado se configura como um dispositivo de “regulação e controle”: quando o que é produzido pelo setor cultural não é divulgado, o que nele se gera não tem visibilidade na sociedade e isso produz um tipo de sociedade na qual a cultura toma a forma que a maior parte dos cidadãos se habitua a reconhecer. E na produção desse entendimento, os meios de comunicação ocupam um papel central.

Esse dispositivo de “regulação e controle” transforma-se em um poder regulador do que terá voz no mercado. Ao controlar o que entra no fluxo de informações, a mídia não somente traz algo para a visibilidade, como também dispõe sobre o que continuará na sombra, daí a importância da sua ação no que se torna reconhecível como cultura na sociedade. Ao se configurar como um dispositivo que propulsiona o fortalecimento de certo tipo de entendimento de cultura, ao qual não é agregada a reflexão sobre a economia produzida por esse setor, esse dispositivo aciona um certo tipo de comportamento na sociedade. Não é por acaso, que a cultura continua sendo considerada supérflua.

A consequência social deste silenciamento dos meios de comunicação vai construindo um discurso sobre a cultura que a desvincula totalmente do fato de também ser uma atividade econômica, o que se torna nefasto. O que, de imediato, necessita ser sublinhado é que a invisibilidade constantemente produzida termina por regular algo da maior relevância: as formas de criação, produção, distribuição e difusão da cultura. Esse

ponto, porque atua diretamente sobre a produção da cultura, evidencia as graves consequências desse dispositivo.

A real necessidade do entendimento da cultura como um setor produtivo e da economia da cultura como sendo o campo que se dedica ao estudo dos fluxos econômicos dos produtos e serviços culturais passa pelas relações, cada vez mais complexas, geradas entre os binômios produção/oferta; distribuição/mercado; consumo/demanda. Reis (2008, p. 25) afirma que vários países já dispõem de sistemas de informação que permitem conhecer, analisar e gerenciar os dados do setor cultural a favor do setor econômico como um todo, bem como a favor dele próprio: “ao utilizar a lógica e os instrumentos econômicos a seu favor, a cultura deixa de ser vista como despesa e passa a ter reconhecido o seu potencial como protagonista do desenvolvimento econômico-social sustentável”.<sup>2</sup>

A não divulgação dessas questões compromete a própria sustentabilidade do desenvolvimento social, pois dela retira a participação da cultura. A responsabilidade dos dois jornalismo, tanto o cultural quanto o econômico é clara, nesse processo. A falta de levantamento e análise sistematizada dos dados gerados pela cultura na economia do país, aliadas à falta de divulgação das suas atividades, forma o contexto no qual se localiza o que seria um possível desenvolvimento sustentável para a cultura, dado o seu potencial econômico. Em parte, o Governo Federal vem fazendo algo a respeito,<sup>3</sup> mas a importância da produção de dados ainda não conquistou publicamente a importância que tem na promoção do desenvolvimento cultural das cidades.

Também por essa razão, torna-se urgente a necessidade de refletir sobre a ação da mídia especializada na atual situação. Retomando Agamben (2009, p. 42), como poderiam os meios de comunicação “fazer frente a esta situação, qual a estratégia que devemos seguir no nosso cotidiano corpo a corpo com os dispositivos? Não se trata simplesmente de destruí-los, nem como sugerem alguns ingênuos, de usá-los de modo correto”.

Cabe, portanto, identificar quais os operadores que, no atual contexto midiático, estão silenciando o jornalismo econômico e cultural, no que diz respeito à economia da cultura, para poder identificar quais as implicações que daí resultam. Para Agamben (2009, p. 44), “a estratégia que devemos adotar no nosso corpo a corpo com os dispositivos não pode ser simples, já que se trata de liberar o que foi capturado e separado por meio dos dispositivos e restituí-los a um possível uso comum”. Essa é a convocação para uma “profanação”<sup>4</sup> do instituído. A ignição das pesquisas que venho desenvolvendo neste campo de conhecimento foi justamente a pergunta sobre

2 Disponível em <http://www.garimposolucoes.com.br>. Acesso em: 28 nov. 2009.

3 Além das poucas pesquisas já realizadas neste campo, deve-se ressaltar a ação recente do Ministério da Cultura (MinC), que contratou a Fundação Getúlio Vargas (FGV) para realizar levantamento, de âmbito nacional, dos valores praticados no setor cultural. A pesquisa realizada nas cidades de Belém, Recife, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo (capitais-base consideradas representativas das regiões brasileiras) apresenta os preços médios (com base no mês de agosto de 2011) de cerca de 255 itens, entre serviços e mão de obra, praticados na esfera da produção cultural.

4 A profanação “é o contradispositivo que restitui ao uso comum aquilo que o sacrifício tinha separado e dividido.” (AGAMBEN, 2009, p. 45)

quais ações conseguiriam dar visibilidade ao que está hoje ‘invisibilizado’ pelo tipo de difusão midiática da produção cultural no nosso país.

O não reconhecimento do que, de fato, vem acontecendo, dificulta a sua possibilidade de profanação. A mudança, aqui, passa, antes de mais nada, pela possibilidade de transformação das práticas atuais, que tratam o setor cultural como independente do setor econômico – uma tarefa que cabe ao jornalismo cultural e ao jornalismo econômico realizarem em conjunto.

[...] veremos que os dispositivos modernos apresentam, porém, uma diferença em relação aos tradicionais, o que torna particularmente problemática a sua profanação. De fato, todo dispositivo implica um processo de subjetivação, sem o qual o dispositivo não pode funcionar como dispositivo de governo, mas se reduz a um mero exercício de violência. (AGAMBEN, 2009, p. 46)

É justamente esse processo de subjetivação de que nos fala Agamben que não posiciona a cultura como um assunto tão sério como a segurança, a saúde, a educação ou o transporte. Caso questões como as que se seguem fizessem parte do nosso dia a dia, a situação seria outra: qual o tamanho que o segmento cultural ocupa no desenvolvimento econômico do nosso país? O que faz parte da sua cadeia produtiva? Como torná-la visível? Como difundir os dados gerados pelo setor cultural para que sejam do conhecimento do público? O que fazer para comunicar que a cultura é uma das molas propulsoras do desenvolvimento econômico de um país e não uma atividade supérflua, dissociada da noção de trabalho/trabalhador?

A movimentação econômica dos produtos diretamente derivados das atividades criativas e culturais é absolutamente fantástica. Para se ter uma idéia disso, cito aqui um documento de 2003 produzido pela Coalizão das Indústrias de Entretenimento (EIC), dos Estados Unidos, entregue ao então secretário de comércio daquele país, Robert Zoelick, que dizia, entre outras coisas: “o objetivo da EIC é educar formuladores-chave da política comercial sobre o livre comércio e o impacto positivo das negociações comerciais internacionais no estabelecimento das bases para uma forte proteção da propriedade intelectual. Os membros da EIC desempenham um papel crítico no crescimento da economia dos Estados Unidos. O último relatório econômico de 2001 confirma que as indústrias da criatividade contribuíram mais para a economia dos Estados Unidos e empregaram mais trabalhadores do que qualquer setor manufaturado isolado. As exportações das

indústrias de copyright de 2001 foram estimadas em 88,97 bilhões de dólares, ultrapassando todos os maiores setores industriais, inclusive o da química, de produtos conexos, veículos a motores, equipamentos e peças de aviões e o setor agrícola [...] (LINDOSO, 2007, p. 50-51)

Cultura gera renda e agrega valor. Os meios de comunicação consolidaram essa percepção, mas sem reflexões críticas que fossem construindo a associação do sistema de financiamento via Leis de Incentivo à Cultura ao estágio do capitalismo no qual nos encontramos. Consolidaram publicamente esta como a única maneira da cultura existir – tanto para os que dela se beneficiam do ponto de vista mercadológico (empresas) quanto para os que dela dependem para continuar a existir (artistas). Mesmo noticiando a mais recente luta pela reforma da Lei Rouanet, os jornalismo cultural e econômico não desempenharam o papel transformador que lhe cabe.

O problema da profanação dos dispositivos – isto é, da restituição daquilo que foi capturado e separado nesses – é, por isso, tanto mais urgente. Ele não se deixará colocar corretamente se aqueles que dele se encarregam não estiverem em condições de intervir sobre os processos de subjetivação, assim como sobre os dispositivos, para levar à luz aquele Ingovernável, que é o início e, ao mesmo tempo, o ponto de fuga de toda política. (AGAMBEN, 2009, p. 51)

Na situação em que nos encontramos, a profanação virá da visibilização pública desse estado gerencial em que nos encontramos hoje, no que diz respeito à cultura. E, para isso, precisamos contar com a difusão de um pensamento crítico sobre todos os aspectos profissionais envolvidos na cadeia produtiva da cultura.

As recentes crises do sistema capitalista interferem diretamente em toda e qualquer gestão de cultura. No atual estágio do capitalismo, a economia foca-se na lógica do mercado, do consumo e da concorrência e com ela orquestra as demais relações, seja no campo da coletividade, seja na esfera subjetiva, como bem assinala Zizek (2011, p. 11) em seu livro *Primeiro como tragédia, depois como farsa*: “Até o processo de envolvimento em relações emocionais ocorre cada vez mais segundo a linha das relações de mercado.” Se, até no campo afetivo, é o mercado e as relações que nele se estabelecem que dão as cartas, por que haveria de ser diferente nas relações estabelecidas no setor cultural?

Seria ingênuo pensar que por não serem somente bens de consumo material, os produtos gerados pelo setor cultural seriam intocados pelas

oscilações do setor econômico (sejam elas benéficas ou maléficas para o sistema como um todo). Desde a ascensão do sistema capitalista, ainda no século XIX, até os dias de hoje, pode-se destacar, como bem aponta Zizek (2011), três fases distintas, do ponto de vista do gerenciamento da produção: o espírito empreendedor (que durou até a depressão dos anos de 1930); o ideal do trabalhador assalariado (característica marcante da era fordista vivida pelas grandes economias até o início dos anos de 1970); e finalmente, um sistema capitalista marcado pelo ideário de relações trabalhistas autônomas (presente até os dias de hoje), nas quais a iniciativa individual do empregado e as conexões em rede funcionam como moeda de troca.

Em vez de uma cadeira de comando centralizada e hierárquica, hoje temos redes com miríades de participantes nas quais o trabalho é organizado na forma de equipes ou projetos e a atenção geral dos trabalhadores está voltada para a satisfação dos clientes, graças à visão de seus líderes. Dessa maneira, o capitalismo foi transformado e legitimado como projeto igualitário: ao acentuar a interação auto-poiética e a auto-organização espontânea, acabou usurpando da extrema esquerda a retórica da autogestão dos trabalhadores, transformando o lema anticapitalista em capitalista. (ZIZEK, 2011, p. 53)

Este novo traço característico das relações de trabalho, apoiado no binômio indivíduo-rede, tem profunda atuação nas relações trabalhistas do setor cultural, principalmente no que diz respeito ao mercado das artes cênicas – justamente o que motiva minhas pesquisas, especificamente na área da dança contemporânea. Essa autonomia casa bem com uma idealização do agente principal do fazer artístico - no caso, o artista da dança (na maioria das vezes um profissional autônomo, sem remuneração fixa e regular). Sendo autônomo, estaria livre para definir que tipo de relação (ou relações) gostaria de estabelecer no mercado de trabalho ao produzir sua arte. Como se lhe coubesse, de fato, alguma escolha, alguma iniciativa que não a de submeter-se à regulação dos ventos que sopram no mercado (seja do ponto de vista da oferta ou da demanda, seja do ponto de vista de quem financia ou de quem consome seu fazer artístico e os produtos dele derivado).

Bem ao contrário, o que vivenciamos hoje, em um mercado demarcado pelos interesses empresariais abrigados nas Leis de Incentivo à Cultura, são imposições de tipos de produção artística que atendam aos entendimentos mercadológicos do que seja (ou do que deva ser) um produto artístico capaz de agregar valor simbólico à empresa que a ele associa seu nome (sem, nessa operação, perder seu valor artístico). Este tem sido o lugar do

fazer artístico dentro da cadeia produtiva (seja no lado da oferta/produção – ao fornecer as condições para a realização de algo; seja no lado da demanda/consumo – ao pagar/consumir aquilo que é produzido no mercado, principalmente no mercado de arte contemporânea).

Do ponto de vista dos sistemas de financiamento, até há pouco, a maioria dos trabalhadores era obrigada a fazer seu trabalho artístico caber dentro dos editais que regiam a distribuição do dinheiro público.<sup>5</sup> No sistema de financiamento da cultura presente no Brasil desde o final da década de 1980, pautado basicamente nas leis de incentivo via renúncia fiscal,<sup>6</sup> a Lei Rouanet,<sup>7</sup> figura como pioneira. Na sua sequência várias outras leis de incentivo à cultura foram instituídas no âmbito dos governos municipais e estaduais.<sup>8</sup> Mais recentemente foram implementados outros mecanismos de financiamento do setor cultural, especificamente para a área da dança, no Estado de São Paulo, a saber: PROAC – Programa de Ação Cultural;<sup>9</sup> e o Programa Municipal de Fomento à Dança para a cidade de São Paulo.<sup>10</sup>

O quadro montado pelo sistema de financiamento via renúncia fiscal acumulou distorções, sobretudo em relação ao entendimento do consumo na relação público-financiamento com dinheiro público. Na “cultura-mundo” de que falam Lipovetsky e Serroy (2011), o artista da dança se vê refém de um consumidor ávido por “grandes espetáculos” que lhe proporcionem diversão imediata, e da exigência de não cobrar ingressos – o que se transforma em um processo deseducador de grande alcance, no qual o público é ensinado a não pagar para consumir certo tipo de arte. Aquela arte que é midiaticizada como entretenimento, por ela o público paga, e não se importa de pagar caro. No mundo do consumo, pagar tem uma função simbólica que se liga ao valorar e, no caso da dança com ingresso gratuito, uma outra associação se constrói, na direção contrária, que desata a relação pagar-valorar-valorizar.

Soma-se a isso o fato de que o consumo cultural se dá em um mercado sem limites claros. Duas situações merecem atenção: 1) a dificuldade em definir o preço de um bem cultural, uma vez que não há indicadores de custo para balizar os valores referentes ao trabalho dos envolvidos neste fazer artístico.<sup>11</sup> Essa situação promove disparidades significativas nos valores de cachê, de remuneração técnica e etc., e, acaba por produzir distorções no entendimento da existência ou não da cadeia produtiva em arte contemporânea; 2) A existência de uma cadeia produtiva – seja em que setor econômico for – pressupõe um ciclo: produção-oferta, distribuição-circulação, consumo-demanda. Todavia, hoje, em grande parte da dança contemporânea produzida no Brasil, esse fluxo não se conclui, pois na ponta final

5 Em livro resultante da dissertação de mestrado defendida em 2004, eu já destacava que os recursos advindos das leis de incentivo à cultura vinham sendo destinados principalmente a trabalhos artísticos aos quais necessariamente se acoplava a realização de ações sociais. E que isto significava o seguinte: o atendimento a pedidos de patrocínio via Leis de Incentivo era condicionado à uma atuação em comunidades carentes. Essa situação se configurava perversa, na medida em que contrariava o próprio desenvolvimento social e cultural de uma sociedade. Em primeiro lugar, porque se cobrava do artista que ele fizesse algo a mais pela sociedade, como se o seu trabalho já não cumprisse essa função. E depois, porque se cobrava do artista uma aptidão que não lhe cabia ter: a de educador. (LEÃO, 2012) Felizmente, em alguns editais, graça a uma crescente mobilização política da classe artística, essa situação já se reverteu e não há mais exigência desse tipo de ‘contrapartida cultural’.

6 Estímulo tributário, criado pelo Governo, para atrair recursos para um determinado setor da economia. O Estado abre mão de parte dos impostos que deve recolher para que certos programas (considerados importantes) possam ser implementados.

7 Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991), que restabelece o princípio da Lei Sarney (Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986) e institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), cujo objetivo é fomentar e promover a produção cultural brasileira em suas mais diferentes áreas, por meio dos seguintes mecanismos: Fundo Nacional de Cultura (FNC); incentivo fiscal a projetos culturais – Mecenato; e Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). No início de 1995 procedeu-se com a primeira reforma da Lei Rouanet como ação prioritária do Ministério da Cultura objetivando torná-la mais flexível, atrativa e eficaz.

não existe exatamente um consumidor (aquele que paga pelo que escolhe consumir). São muitos os dispositivos que incentivam a produção, mas na outra ponta, a da circulação e do consumo, há sinais muito claros de problemas graves, para os quais ainda não foram tomadas as medidas necessárias.

A quebra do fluxo produção-consumo é mais evidente nas áreas de pesquisa, uma vez que as indústrias culturais<sup>12</sup> geram produtos para o “consumo de massa”, para o mercado. Algumas pesquisas sinalizam para o crescimento – de modo regular e constante – do consumo cultural focado no lazer e entretenimento, conforme apontado por Tolila:

O exemplo dos Estados Unidos nesse aspecto é muito esclarecedor. Os consumos culturais vividos sob a forma de ‘entretenimento’, como foi dito, adquiriram uma importância extraordinária naquele país. [...] Desde sua origem, os Estados Unidos e suas indústrias culturais perceberam que os produtos culturais podiam possuir um imenso valor econômico sob a condição de que se operasse o seu desenvolvimento para a massa e de que não se imiscuissem questões de legitimidade cultural, tais como eram praticadas ou debatidas pelas ‘elites’ que, sob hipótese alguma, poderiam constituir mercados tão atraentes quanto a imensidão da classe trabalhadora, de nativos ou imigrantes, que sonhavam ascender à integração e aos benefícios do American Dream... Na Europa, seria preciso esperar até a metade do século XX e, principalmente, ao período que se seguiu à Segunda Guerra Mundial para que esses fenômenos pudessem se desenvolver ainda que em menor escala. (TOLILA, 2007, p. 53)

Afirmar e demonstrar o crescente aumento do consumo cultural e do mercado cultural como um todo parece ser tarefa fácil, porém os problemas se acentuam quando a análise tem como foco o mercado das artes, cujo consumo não se pauta pelo consumo de massa. É neste ponto que importa a argumentação que demonstra o impacto do setor cultural no setor econômico pois, mesmo não sendo “de massa”, os números são expressivos. Daí também, a importância em torná-los visíveis para a maioria.

A falta de dados e indicadores estatísticos sendo constantemente produzidos e divulgados em certos setores da produção cultural (especialmente o das artes contemporâneas) praticamente impossibilita que a população seja capaz de avaliar o impacto do setor cultural na economia. Sem eles, e com as distorções hoje existentes (o não fechamento do fluxo assinalado acima), fica praticamente impossível defender e demonstrar a real existência do que hoje se convencionou chamar de economia da cultura.<sup>13</sup> O

As alterações surtiram efeito e os preceitos adotados tornaram-se o principal responsável pela participação empresarial no patrocínio a projetos culturais. Ainda nos anos 1990 foi instituída, no âmbito federal, a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993) com objetivo de incrementar a indústria cinematográfica brasileira. Atualmente, encontra-se em trâmite no Congresso, a nova proposta de reforma da Lei Rouanet: o Projeto de Lei nº 6.722, de 2010 que institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura) e dá outras providências.

- 8 A partir dos anos de 1990 até os anos 2000, mais de 40 leis de incentivo foram implantadas em diversos estados e municípios brasileiros, promovendo apoio à área cultural via isenção de diferentes impostos (IPTU, ISS, ITBI, IVVC, ICMS).
- 9 A Lei nº 12.268 de 20/02/06 instituiu o Programa de Ação Cultural, cujos objetivos são: apoiar e patrocinar a renovação, o intercâmbio, a divulgação e a produção artística e cultural no Estado; Preservar e difundir o patrimônio cultural material e imaterial do Estado; apoiar pesquisas e projetos de formação cultural, bem como a diversidade cultural; apoiar e patrocinar a preservação e a expansão dos espaços de circulação da produção cultural. O Programa de Ação Cultural é dividido em duas formas de apoio: a primeira são editais/concursos - apoio por meio da seleção pública de projetos cuja premiação é proveniente de recursos orçamentários da Secretaria de Estado da Cultura; e a segunda é via Incentivo Fiscal (ICMS): apoio por meio de patrocínio(s) de contribuintes habilitados do ICMS a projetos previamente aprovados pela Secretaria de Estado da Cultura.
- 10 O Programa Municipal de Fomento à Dança para a cidade de São Paulo foi criado em Outubro de 2005, através da Lei nº 14071/05.

entendimento de “economia da cultura” corre o risco de ser lida como um produto do capitalismo no qual a arte e a cultura que nele cabem são somente aquelas associáveis às relações de lucro-benefício em torno do capital.

Os maiores prejudicados acabam sendo o artista, que não consegue estabelecer um sistema de retroalimentação em seu fazer artístico, e o público, que tem cada vez menos chances de encontrar as artes contemporâneas na sua vida cotidiana. Além da dificuldade em fazer circular certo tipo de informação, deve-se lembrar que no atual sistema de financiamento, via Leis de Incentivo à Cultura, o consumidor que paga pelo que escolhe consumir, não faz parte da cadeia produtiva. O artista recebe o valor de financiamento para produzir e mostrar um certo número de vezes o que produziu, esteja a platéia vazia ou lotada. Não há qualquer necessidade em fazer com que aquilo o que foi produzido seja, de fato, distribuído e consumido.

Em recente livro sobre as políticas culturais na América Latina, publicado no México por iniciativa da Agenda Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, do Colégio de La Frontera Norte, e do Convênio Andrés Bello, o tema do consumo tem lugar de destaque. Vários são os autores que chamam atenção para o *gap* existente na chamada cadeia produtiva das artes e a contribuição negativa deste para o setor cultural, como bem aponta Juan Luis Mejía (2010):

Desde Adorno demonizamos a indústria cultural e o consumo, e então desejamos deixar de fora das políticas dois dos três atores do triângulo: nos concentramos na criação, mas nos esquecemos dos mediadores e dos receptores, ou seja, esqueceu-se de quem faz a ponte entre o criador e o receptor, que são as indústrias culturais. Por sorte, faz dez anos que buscamos refletir sobre o papel das indústrias, das empresas culturais ou de entretenimento, como dizem os gringos, ou sobre o papel das indústrias criativas, como as chamam os ingleses.

Parece-me fundamental incorporar a esses intermediários como atores das políticas, pois sem eles não se democratiza o acontecimento cultural, não se socializa. De nada nos adianta fazer políticas de criação e fomento aos escritores e músicos se não estamos pensando em como se pode escoar essa criação através do mundo editorial e fonográfico. Uma política que pensa apenas em um dos elos da cadeia é uma política truncada. (MEJIA apud GUERRERO, 2010, p. 166, tradução nossa)<sup>14</sup>

A relação que envolve troca na esfera do trabalho e na esfera do consumo tem a ver com a economia. Pleitear (mesmo equivocadamente) que

Desde sua primeira edição, compromete-se a destinar recursos para pesquisa, produção, circulação e manutenção de companhias estabelecidas na cidade há pelo menos três anos, trabalhando pela difusão, reflexão e formação de novos públicos e criadores em dança contemporânea. (<<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/fomentos/danca/>>). Este programa encontra-se sob revisão pelo Movimento A Dança se Move, nascido de uma iniciativa de Sandro Borelli, presidente da Coopertiva Paulista de Dança, que convidou o Movimento Mobilização Dança para uma ação política conjunta para reforma da atual Lei de Fomento à Dança.

- 11 Neste ponto, cabe ressaltar a existência da pesquisa de preços instituída pelo MinC, conforme assinalado na nota de rodapé número 3. Porém, os dados apresentados nessa pesquisa, ainda não se configuram como um balizador geral dos custos e, segundo alguns analistas, esta pesquisa apresenta distorções.
- 12 O conceito de indústria cultural, criado em 1944 pelo filósofo alemão Theodor Adorno, refere-se à divulgação massificadora por meio da qual a mídia, funcionando como sistema mercantil e industrial, impõe formas universalizantes de comportamento e consumo. Hoje, quando a produção industrial entrou em outro *modus operandi*, sem a obediência somente ao modelo da linha de montagem, o conceito pede por ajustes ao tempo das multinacionais, da globalização e das redes sociais.
- 13 Do ponto de vista da economia, a expressão “economia da cultura” identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura, incluindo a criação e o fazer cultural. Do ponto de vista da cultura, o conjunto das atividades culturais que têm algum impacto econômico. Pode-se incluir neste conjunto qualquer prática direta ou indiretamente cultural que gere valor econômico, além do valor cultural. (LEITÃO, 2007)

a cultura é subjetiva, que a arte está isenta de valoração ou que esta deve levar em consideração apenas a esfera do sublime, não isenta o fazer artístico das mazelas produzidas pelo sistema capitalista. Perspicaz a observação de Zizek (2011, p. 120), ao lembrar a fórmula de Marx segundo a qual, numa economia de mercadorias, “as relações entre pessoas assumem a forma de relações entre coisas”.

Será ingênuo pensar que “amanhã vai ser outro dia”, como cantou Chico Buarque, sem a criação dos fluxos necessários, e que, de alguma forma, já começam a ser desenhados, tanto pela reforma – ainda que tímida – da Lei Rouanet quanto a da Lei de Fomento à Dança da cidade de São Paulo.

Para a construção de políticas culturais, temos que possuir – e tratar de maneira efetivamente diferenciada – os dados das práticas, da produção, do consumo, dos serviços, etc., pensando tais informações como essenciais para a construção de ferramentas de monitoramento da realidade. É fundamental não perdemos de vista que a lógica de produção das informações que se encontram atualmente disponíveis (IBGE, Banco Central, sociedades arrecadoras, fontes do tesouro, etc), foi elaborada para atender às perguntas do governo, oriundas, na maioria das vezes, da área econômica, ou para fiscalização pública contábil.

No caso da cultura, para o aprofundamento do conhecimento sobre a área, não é necessário somente produzir indicadores, necessitamos ainda, e muito, da produção de informações. Os processos de produção e consumo na cultura são complexos, fugindo em diversas oportunidades a classificações convencionais, muitos deles restritos ao campo que chamamos de informalidade. (CALABRE apud BARBALHO, 2011, p. 77-78)

É, portanto, nesse quadro da informalidade ainda existente, e dos hábitos produzidos por tanto anos de editais pautados em torno de contrapartidas sociais que muitos artistas continuam a pensar a sua produção, uma vez que continuam praticamente dependentes das formas de financiamento viabilizadas pelas leis de Incentivo à Cultura, levando-os a produzir o que os editais pedem e no ritmo e dinâmica organizativa que eles impõem.

Quem trabalha com a Teoria Corpomídia (KATZ; GREINER, 2011) sabe que as relações corpo-ambiente condicionam a existência de ambos.

14 Desde Adorno satanizamos la industria cultural y el consumo, y entonces deseamos por fuera de las políticas a dos de los tres actores del triángulo: nos concentramos en la creación, pero se nos olvidaron los mediadores y los receptores, es decir, se nos olvidó quién hace el tránsito entre el creador y el receptor, que son las industrias culturales. Afortunadamente, desde hace diez años venimos reflexionando sobre el papel de las industrias, de las empresas culturales o de entretenimiento, como las llaman los gringos, o sobre el de las industrias creativas, como las llaman los ingleses. Me parece fundamental incorporar como actores de las políticas a esos intermediarios, porque sin ellos no se democratiza el hecho cultural, no se socializa. De nada nos sirve hacer políticas de creación y fomentar a los escritores y músicos si no estamos pensando cómo tiene salida esa creación a través del mundo editorial y fonográfico. Una política que solo piensa en uno de los eslabones de la cadena es una política trunca.

No caso aqui focado, o ambiente foi criando hábitos cognitivos com a repetição do modo de obter financiamento para a produção artística.

Um corpo nunca existe em si mesmo, nem quando está nu. Corpo é sempre um estado provisório da coleção de informações que o constitui como corpo. Esse estado vincula-se a acordos que vão sendo estabelecidos com os ambientes em que vive. Quando se pensa o corpo nessa proposta de co-dependência com o ambiente, pode-se entender melhor o alcance do que Walter Benjamin (1968) dizia quando observou que, quando o corpo muda, tudo já foi transformado. (KATZ, 2008, p. 69)

O que o sistema Leis de Incentivo à Cultura-editais promoveram, ao longo do tempo, foi uma dependência às suas formulações, transformadas em condições únicas de sobrevivência no ambiente em que as produções se inscrevem. Envolvidos na cadeia produtiva, no caso, da dança – artistas, curadores, gestores, programadores, comissões julgadoras – foram se acostumando com o jeito de buscar sobrevivência que foi se tornando hegemônico, como se não houvesse existido um mundo sem Leis de Incentivo à Cultura e nesse mundo não tivesse existido produção de dança.

## Referências

- AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- BUARQUE, C. Apesar de você. Intérprete: Chico Buarque. In: CHICO BUARQUE. [S. l.]: Phonogram/Philips, 1978. 1 disco sonoro. Lado B, faixa 6.
- CALABRE, L. *Políticas Culturais: indicadores e informações como ferramentas de gestão pública*. In: BARBALHO, A. et al. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas*. Salvador: EDUFBA, 2011. (Coleção Cult, n. 10). p. 71-84.
- GREINER, C.; KATZ, H. Corpo e processos de comunicação. *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, v. 3, n. 2, p. 65-75, dez. 2001.
- KATZ, H. Qualidade na cultura, a cultura da qualidade. In: DE FRANCESCHI, A. F. *Marketing cultural: um investimento com qualidade*. São Paulo: Informações Culturais, 1998. p. 129-134.
- KATZ, H. Por uma teoria crítica do corpo. In: OLIVEIRA, A. C. de; CASTILHO, K. (Org.). *Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo*. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008. p. 69-74.
- LEÃO, D. *O papel da mídia impressa no embate: marketing cultural X marketing social*. Curitiba: CRV, 2012.

- LEITÃO, S. S. *O desenvolvimento da economia da cultura*. Entrevistador: Guilherme Jeronymo. 2007. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/site/noticias/entrevista-sergio-sa-leitao-deve-se-tratar-a-economia-da-cultura-no-brasil-pensando-sobretudo-no-seu-potencial-nao-realizado/>>. Acesso em: 22 maio 2007.
- LINDOSO, F. (Org.). *Rumos (do) jornalismo cultural*. São Paulo: Summus - Itá Cultural, 2007.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MEJIA, J. L. Consumo. In: GUERRERO, A. *Las huellas de las hormigas*. Políticas culturales en América Latina. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte; Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo; Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2010. p. 164-178.
- MÉSZÁROS, I. *A crise estrutural do capital*. São Paulo: Boitempo, 2009.
- REIS, A. C. F. (Org.). *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itá Cultural, 2008.
- SILVA, F. A. B. da. *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. (Coleção Cadernos de políticas culturais, v. 3).
- TOLILA, P. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itá Cultural, 2007.
- ZIZEK, S. *Primeiro como tragédia, depois como farsa*. São Paulo: Boitempo, 2011.