



Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Pesquisas sobre Marx e o Marxismo

Marx e o Marxismo 2011: teoria e prática

Universidade Federal Fluminense – Niterói – RJ – de 28/11/2011 a 01/12/2011

TÍTULO DO TRABALHO			
Leis de Incentivo e Dominação de Classe: a influência do neoliberalismo na política cultural brasileira¹			
AUTOR	INSTITUIÇÃO (POR EXTENSO)	Sigla	Vínculo
André Coutinho Augustin²	Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro	IE/UFRJ	Mestrando
RESUMO (ATÉ 20 LINHAS)			
<p>Nos anos 1970, o capitalismo regulado entrou em crise e a classe dominante reagiu com o chamado neoliberalismo. Para responder à queda da taxa de lucro, foram adotadas políticas que mudaram o papel do Estado na economia e resultaram em uma maior concentração de renda. Entre essas políticas estavam a elevação das taxas de juros e a adoção de tributos regressivos. Mas as medidas neoliberais não ficaram restritas à política econômica, influenciaram também as demais políticas públicas, como a política cultural. Assim como havia ocorrido na Inglaterra e nos Estados Unidos, com os governos de Thatcher e Reagan, o Estado brasileiro continuou a financiar as atividades culturais. O que mudou, a partir do final desta década, foi a forma de financiamento. No lugar do financiamento direto, foram criadas leis de isenção fiscal, através das quais as empresas podem usar em patrocínios culturais o valor do imposto que seria pago ao governo. Além de favorecer a acumulação de capital pelas empresas beneficiadas pela renúncia fiscal, essa forma de financiamento permite o controle político da cultura produzida por essas empresas. O presente trabalho busca mostrar como as leis de incentivo à cultura são usadas para manter o controle hegemônico da classe dominante sobre a arte brasileira, inserindo essa discussão no plano mais geral do neoliberalismo, analisando suas consequências culturais, econômicas e políticas.</p>			
PALAVRAS-CHAVE (ATÉ TRÊS)			
Neoliberalismo. Política cultural. Leis de incentivo			
ABSTRACT			
<p>The regulated capitalism got in a crisis in the 1970's, and the ruling class responded with the so-called neoliberalism. To respond to the falling rate of profit policies were adopted that changed the state's role in the economy and resulted in a greater concentration of income. Among these policies were raising interest rates and the adoption of regressive taxes. But the neoliberal measures were not restricted to the economic policy. It has also influenced other public policies, such as cultural policy. Just as had happened in England and the United States, with the governments of Thatcher and Reagan, the Brazilian government continued to fund cultural activities. What has changed was the form of financing. In place of direct funding, it was created laws of tax exemption, through which companies can use in cultural sponsorship the amount of tax that would be paid to the government. In addition to promoting the accumulation of capital by companies benefit from tax waivers, this form of financing allows the political control, by these companies, of the culture produced. This study aims to show how the culture incentive laws are used to maintain the hegemonic control of the ruling class on Brazilian art, which puts this in a more general discussion of neoliberalism, analyzing its cultural, economic and political consequences</p>			
KEYWORDS			
Neoliberalism. Cultural policy. Tax exemption laws			

¹ Este artigo é baseado no meu trabalho de conclusão de curso de graduação em Economia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Agradeço ao prof. Pedro Cezar Dutra Fonseca, meu orientador nesse trabalho, e a Eduardo Maldonado Filho e Eduardo Ernesto Filippi, membros da banca, por todas as sugestões e críticas. Também agradeço ao prof. Marcelo Carcanholo (UFF) pela indicação de alguns textos.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: andre.augustin@ie.ufrj.br

Privatizaram sua vida, seu trabalho, sua hora de amar e seu direito de pensar. É da empresa privada o seu passo em frente, seu pão e seu salário. E agora não contente querem privatizar o conhecimento, a sabedoria, o pensamento, que só à humanidade pertence.

Bertold Brecht

Introdução

Nos últimos anos, intensificaram-se os debates sobre a política cultural brasileira. A realização da II Conferência Nacional de Cultura, o debate sobre a Lei dos Direitos Autorais, a criação do Vale Cultura, a PEC 150³ e, principalmente, o projeto de reforma da Lei Rouanet, trouxeram à tona antigas críticas ao modelo de política cultural construído a partir dos anos 1980. Esse debate veio acompanhado de uma maior produção teórica sobre o tema, incluindo pesquisas em diversas áreas do conhecimento. Nas Ciências Econômicas, multiplicaram-se estudos sobre “Economia da Cultura”, uma área inexistente há alguns anos.

No entanto, as publicações sobre a chamada Economia da Cultura - como Valiati e Florissi (2007) e Benhamou (2007) - costumam seguir uma orientação neoclássica, tentando encontrar “alocação eficiente de recursos” para a cultura. São poucos os economistas que, seguindo a tradição da Economia Política marxista, analisam as políticas culturais situando-as dentro da luta de classes e das grandes transformações econômicas e sociais do capitalismo. Este artigo busca explicar o surgimento do neoliberalismo enquanto teoria e política econômica, avaliando seus resultados e sua influência nas demais políticas públicas. Para isso, será usado o exemplo da política cultural, principalmente o caso das leis de renúncia fiscal, principal mecanismo de financiamento cultural introduzido pelos governos neoliberais.

O neoliberalismo

O termo neoliberalismo foi criado em 1938 pelo sociólogo e economista alemão Alexander Rüstow, durante o *Colóquio Walter Lippmann*, que reuniu intelectuais liberais de diversos países, buscando respostas para a crescente influência das ideias socialistas e fascistas na Europa. No entanto, costuma-se colocar como data de origem do neoliberalismo o lançamento do livro *O Caminho da Servidão*⁴, do economista austríaco Friedrich Hayek, em 1944. Nesse livro, dedicado “aos socialistas de todos os partidos”, Hayek diz que todas as formas de coletivismo, incluindo o socialismo, o fascismo e a social-democracia⁵, levam à supressão da liberdade. Três anos mais

³ A Proposta de Emenda Constitucional nº 150, em discussão no Congresso, obriga a União a investir 2% do seu orçamento de cultura. Para os governos estaduais o percentual seria de 1,5% e, para as prefeituras, de 1%.

⁴ Nesse livro, consolida-se a chamada “transformação de Hayek”, iniciada em um livro anterior, *Economics and knowledge*, quando o autor abandona a teoria econômica e procura outros caminhos para defender a sociedade organizada pelo mercado (PAULANI, 2005, cap. 4).

⁵ O alvo imediato de Hayek ao escrever o livro era o Partido Trabalhista inglês, que venceria as eleições gerais da Inglaterra em 1945 (ANDERSON, 1995, p. 9).

tarde, Hayek criou a *MontPelerinSociety*, uma organização em defesa do liberalismo, juntamente com Milton Friedman, Ludwig von Mises, Michael Polanyi, Karl Popper e Lionel Robbins, entre outros. É importante que ressaltar que esse grupo reunia pensadores com divergências teóricas e metodológicas (Friedman, por exemplo, é um dos principais expoentes da economia neoclássica, muito criticada por Hayek), mas que estavam juntos na luta política pelo neoliberalismo.

Apesar de reunir nomes de peso de diversas áreas do conhecimento e de diferentes países, tal grupo manteve-se marginalizado por três décadas tanto da academia quanto das decisões políticas. Nas palavras do historiador Eric Hobsbawm:

Entre o início da década de 1940 e a de 1970 os mais prestigiosos e até então influentes defensores da completa liberdade econômica, como por exemplo, Friedrich von Hayek, viram-se e a seus semelhantes como profetas no deserto, advertindo em vão um capitalismo ocidental que não lhes dava ouvidos, de que estava trilhando a ‘Estrada da Servidão’. (HOBBSAWM, 1995, p. 176).

Foi apenas com a crise do capitalismo regulado, na década de 1970, que as ideias neoliberais começaram a ser postas em prática, inicialmente pelos governos militares da América Latina (como no Chile de Pinochet, em 1973, e na Argentina de Videla e Martínez de Hoz, em 1976) e logo chegando aos países centrais, sendo os mais marcantes os governos de Margaret Thatcher na Inglaterra (1979-90) e de Ronald Reagan nos Estados Unidos (1981-89). Não entraremos, por falta de espaço, no debate teórico sobre a causa das crises no capitalismo. O que nos interessa é que uma das formas de manifestação da crise dos anos 1970 foi a queda da taxa de lucro⁶. E, ao contrário do que dizem muitos economistas, a crise não começou a partir de um “choque exógeno” em 1973, com o aumento do preço do petróleo. A queda da taxa de lucro já era visível nos países centrais antes dessa data. O choque do petróleo apenas agravou o problema:

Tabela 1 - Taxa de lucro na indústria: EUA, Europa e Japão, década de 1970.

	Ano pico* (A)	1973 (B)	1979 (C)	B/A	C/A
EUA	35,5	21,8	15,5	0,61	0,44
Europa	20,7	12,9	9,6	0,62	0,46
Japão	46,8	33,5	14,2	0,72	0,30

*Último ano antes do início da queda da taxa de lucro: 1966 (EUA), 1960 (Europa) e 1970 (Japão)
 Fonte: Gilyn et al (1991).

Esses fatores, somados ao colapso do sistema monetário internacional, geraram uma situação inédita no capitalismo: estagnação econômica combinada com aumento da inflação. A crise de acumulação afetou a todos e comprometeu o compromisso social entre capital e trabalho, marca do período anterior. Alternativas de esquerda ganharam força em diversos países, como a Suécia, onde o Plano Rehn-Meidner previa um imposto de 20% sobre os lucros, que iria para fundos geridos pelos sindicatos. Os recursos desses fundos seriam reinvestidos nas empresas, com

⁶ A lei de tendência de queda da taxa de lucro foi apresentada por Marx (1946, v. 3, cap. XIII e XIV).

emissão de ações que seriam controladas pelos trabalhadores. Gradualmente a propriedade privada perderia força, dando espaço à propriedade coletiva (HARVEY, 2008, p. 122).

Por outro lado, a direita também apresentou sua proposta de saída para a crise: o neoliberalismo. Segundo Carcanholo (2008),

nos anos 70 e até o começo dos 80, a tendência à queda da taxa de lucro apresentou uma aguda manifestação, em particular nos Estados Unidos e na Europa. As novas inversões substantivas apresentavam perspectiva de reduzida remuneração e os capitais, em parte considerável, por isso, procuram a especulação como saída. Essa tendência foi sancionada pelas políticas neoliberais (expressão dos interesses do capital especulativo) e teve como contraparte indispensável a instabilidade cambial e a dívida pública dos estados (tanto os do primeiro mundo, quanto os periféricos). O capital acreditou ter encontrado seu paraíso: rentabilidade sem necessidade de "sujar as mãos com a produção". E isso de fato aconteceu; lamentavelmente, para ele, por pouco tempo.

[...]

Assim, para nós, a explicação estaria na elevação, em níveis sem precedentes, da exploração do trabalho, seja por meio da mais-valia relativa, da mais-valia absoluta (extensão da jornada, múltiplas jornadas, intensificação do trabalho), seja da superexploração dos trabalhadores, além da exploração dos trabalhadores não assalariados. Sem dúvida que as políticas neoliberais do período constituíram o fator principal para que se lograsse a elevação da exploração do trabalho.

Mas que políticas foram essas que permitiram uma maior exploração da força de trabalho?

Os economistas ortodoxos defendiam um estado que fosse forte no controle do dinheiro e no combate ao poder dos sindicatos, mas que estivesse pouco presente nas intervenções econômicas e gastos sociais. Era necessário garantir a estabilidade dos preços controlando o estoque de moeda, cortando gastos públicos (de preferência na área social) e aumentando a taxa de desemprego. Também defendiam reformas fiscais que “incentivassem os agentes econômicos”, ou seja, que tornassem os tributos regressivos. A taxa de juros reais nos Estados Unidos, que durante anos manteve-se abaixo dos 3%, foi aumentada em 1979 para 9%. Já a alíquota máxima do imposto de renda, que na década de 1960 era de 91%, foi sendo reduzida ano após ano até ficar abaixo de 30%.

O resultado de todas essas políticas foi uma desaceleração ainda maior da economia. Se na década de 1960 a taxa média mundial de crescimento do PIB havia sido de 3,4% e na década seguinte de 2,1%, a partir de 1980 o crescimento médio estagnou em torno de 1,2%, permanecendo no mesmo patamar até hoje. Segundo Anderson (1995, p. 23), o neoliberalismo fracassou economicamente: ao derrubar a taxa de acumulação de capital, fez que com as taxas de crescimento fossem muito menores que nas décadas anteriores. Ao contrário do que previam seus defensores, as políticas de liberalização não geraram o aumento da produção, fruto da “alocação de recursos mais eficiente”. Além disso, a liberalização e a financeirização da economia aumentaram a instabilidade, causando diversas crises ao longo dos anos 1980 e 1990.

Socialmente, entretanto, “o neoliberalismo conseguiu muitos dos seus objetivos, criando sociedades marcadamente mais desiguais, embora não tão desestatizadas como queria”

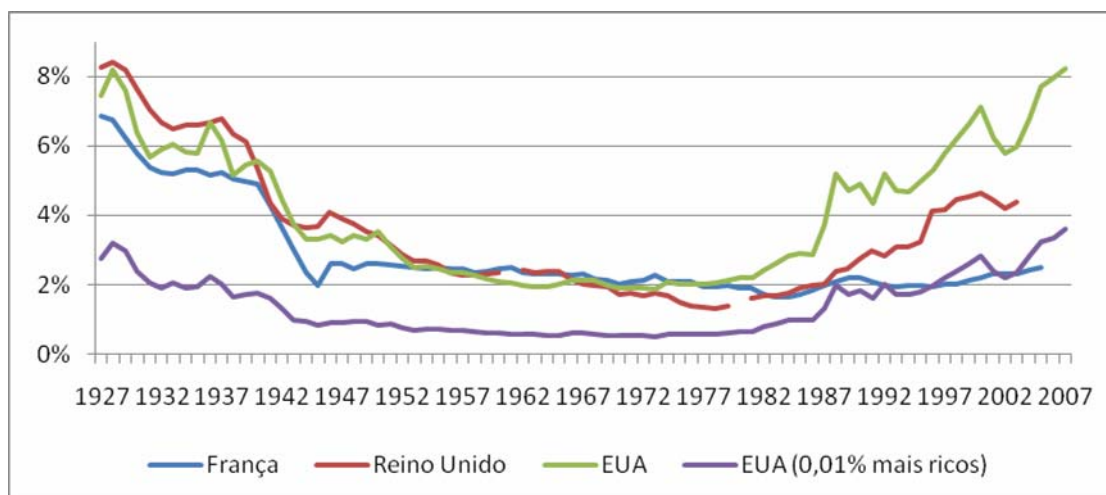
(ANDERSON, 1995, p. 23). O aumento do desemprego, com a criação de um exército industrial de reserva, e o combate aos sindicatos permitiu uma redução dos salários reais. O geógrafo David Harvey diz que existem duas interpretações para o neoliberalismo. Na primeira, ele é visto como “um projeto *utópico* de realizar um plano teórico de reorganização do capitalismo”. Na segunda, é interpretado como “um projeto *político* de restabelecimento das condições de acumulação do capital e de restauração do poder das elites econômicas” (HARVEY, 2005, p. 27). Apesar de as políticas neoliberais não terem sido eficazes na revitalização da acumulação de capital, em relação à restauração do poder econômico das elites elas foram um sucesso. O utopismo teórico neoliberal funcionou apenas como um “sistema de justificação e de legitimação do que quer que tenha sido necessário fazer para alcançar esse fim”. Mas quando os princípios neoliberais “conflitam com a necessidade de restaurar o poder da elite, esses princípios são abandonados ou distorcidos”.

Ou seja, a característica mais importante do neoliberalismo não é a ausência de Estado. Pelo contrário, é justamente uma política realizada conscientemente através do Estado para restaurar o poder de uma classe. Nesse sentido, não é muito diferente do liberalismo original, como já mostrava Gramsci:

O liberalismo é uma “regulamentação” de caráter estatal, induzido e mantido por vias legislativas e pela coação: é um ato de vontade consciente dos próprios objetivos e não a expressão espontânea, automática do fato econômico. Por isso, o liberalismo é um programa político destinado a mudar, quando triunfa, o pessoal dirigente de um Estado e o programa econômico do próprio Estado, ou seja, mudar a distribuição da renda nacional. (GRAMSCI, 2005, p. 23)

Todas as estatísticas mostram uma concentração de renda a partir da implantação das políticas neoliberais. Essa concentração se deu entre os países (principalmente pelo pagamento de juros mais altos na dívida externa dos países de terceiro mundo para os países desenvolvidos) e entre as diferentes classes (os salários reais diminuíram enquanto os lucros aumentaram). O índice de Gini dos Estados Unidos passou de 0,403 para 0,454 entre 1980 e 1993, e o da Inglaterra de 0,240 para 0,341 durante o governo Thatcher. Outro dado que mostra a concentração de renda é a participação dos 0,1% mais ricos da população na renda de diferentes países:

Gráfico 1 - Parcela da renda nacional na posse de 0,1% da população (excluindo ganhos de capital): França, EUA e Reino Unido, 1927 a 2007.



Fonte: Piketty e Saez (2003).

O projeto político neoliberal, de favorecimento dos setores dominantes, não ficou restrito à política econômica. Aos poucos ele foi se estendendo para as demais políticas públicas, como educação, saúde e segurança. Neste trabalho, apresentaremos como se deu a ofensiva neoliberal na política cultural, iniciando por Estados Unidos e Inglaterra.

Financiamento da cultura nos Estados Unidos e Inglaterra

Estados Unidos e Inglaterra possuem duas tradições diferentes em relação ao financiamento da cultura: enquanto a arte norte-americana sempre teve uma relação muito próxima com o setor privado, a inglesa recebia um auxílio maior do estado, embora em níveis consideravelmente mais baixos que outros países europeus, como a França. O financiamento público britânico para as artes começou a funcionar de forma sistemática em 1939, quando foi criado o *Council for the Encouragement of Music and the Arts* (CEMA), que tinha como slogan *O Melhor para a Maioria*. No início, o foco do conselho era o segundo termo desse slogan, ou seja, *a maioria*. Foram contratados músicos para apresentar concertos em “regiões remotas do país, em igrejas, galpões de fábrica, abrigos antiaéreos, salões de aldeias, albergues, acampamentos militares e centros de repouso” (WU, 2006, p. 56). No campo das artes visuais, o CEMA financiou exposições itinerantes chamadas *Arte para o Povo*, que percorria cidades industriais, e criou o programa *Arte para os Restaurantes Britânicos*, que oferecia pinturas e gravuras para cantinas populares. Também foram encomendados murais e compradas obras de arte para garantir o sustento dos artistas durante a Segunda Guerra.

A atuação do CEMA começou a mudar em 1942, quando o economista John Maynard Keynes assumiu sua presidência. Aos poucos o primeiro termo do slogan – *o melhor* – passou a dominar, e a ideia de arte “para pessoas comuns” foi abandonada. O grande teórico da demanda efetiva não era, nas palavras de Kenneth Clark, “um homem para trovadores itinerantes ou teatro amador. Ele acreditava na excelência” (WU, 2006, p. 57). Essa visão se tornou dominante no

*ArtsCouncil*⁷, órgão criado em 1946 para substituir o CEMA. A principal atividade do *ArtsCouncil* ao longo de sua história foi a compra de obras de artistas britânicos. Atualmente, sua coleção possui mais de 7.000 peças de arte moderna e contemporânea, incluindo 3.000 pinturas e desenhos originais, 3.500 gravuras e fotografias e mais de 400 esculturas. As compras para a formação do acervo são importantes não só como forma de patrocínio aos artistas, mas também como forma de divulgação de seus trabalhos. Por ser uma das instituições mais influentes no mundo da arte contemporânea, ter uma obra comprada pelo *ArtsCouncil* é visto como um selo de aprovação do artista.

Como dito anteriormente, nos Estados Unidos existe uma maior tradição de patrocínio privado à arte. O *Carnegie Hall*, a *Metropolitan Opera House*, o MOMA e o *Smithsonian Institution*, por exemplo, foram construídos com doações de milionários como Abby Rockefeller e Andrew Carnegie. Apesar de os museus de arte norte-americanos terem sido construídos com a riqueza de algumas famílias, a dicotomia entre público e privado não é tão clara, pois uma grande parte desse dinheiro, se não fosse doada, seria paga como imposto. Isso porque desde 1917 para pessoas físicas, e 1935 para pessoas jurídicas, as contribuições e doações de propriedade a instituições sem fins lucrativos⁸ podem ser deduzidas da renda tributável. Ou seja, indiretamente quem financia as instituições culturais é o governo.

Um dos poucos períodos em que o incentivo público direto à arte foi importante nos Estados Unidos foi durante o *New Deal*, com os projetos culturais da *Works Progress Administration* (WPA). Um desses programas foi o *Federal Art Project* (FAP), criado em 1935 com o objetivo de auxiliar financeiramente os artistas durante a crise⁹. A visão do FAP, de *Arte para Milhões*, era próxima à do CEMA, buscando a democratização do acesso à cultura. O WPA, assim como as demais agências do *New Deal*, foi extinto em 1943. Passaram-se então mais de vinte anos em que o financiamento público às artes ficou restrito às deduções de impostos das doações até que, em 1965, o governo Lyndon Johnson criou o *National Endowment for the Arts* (NEA). Uma das principais contribuições desse fundo foi o auxílio aos “espaços alternativos”, um movimento surgido no final dos anos 1960 como resposta aos museus e galerias comerciais. Dirigidos pelos próprios artistas, esses espaços alternativos acomodavam obras experimentais, sobretudo arte performática e arte conceitual (WU, 2006, p. 63). O NEA também oferecia bolsas a artistas, através de seu Programa de Artes Visuais.

Da data de sua criação até 1980, o orçamento do NEA cresceu de 2,5 milhões para 150 milhões de dólares. Somado aos orçamentos de outras instituições públicas criadas, como o

⁷ Em 1994, o Arts Council of Great Britain foi dividido em três instituições: o Arts Council of England, o Scottish Arts Council e o Arts Council of Wales.

⁸ Estão incluídas instituições de natureza cultural, educacional e da área da saúde.

⁹ O WPA chegou a empregar 40 mil artistas (OLIVIERI, 2004, p. 64).

National Endowment for the Humanities (NEH) e o *Institute of Museum Service*¹⁰ (IMS), o investimento estatal na cultura ultrapassou os 350 milhões de dólares no início da década de 1980, sem contar os benefícios indiretos, através da dedução de impostos. Os resultados são evidentes: entre 1965 e 1980 o número de orquestras profissionais nos EUA cresceu de 58 para 144; companhias de ópera de 27 para 65; companhias de dança de 37 para 200; grandes companhias de teatro de 12 para 70; e agências comunitárias de arte de 125 para 2.000 (DIMAGGIO, 1983, p. 2). Outra política do NEA foi o repasse de 20% dos seus fundos para os conselhos estaduais de arte, exigindo uma contrapartida dos governos estaduais. Tais conselhos, que eram apenas sete em 1965, em poucos anos já estavam presentes em todos os estados (RUSHTON, 2009, p. 42).

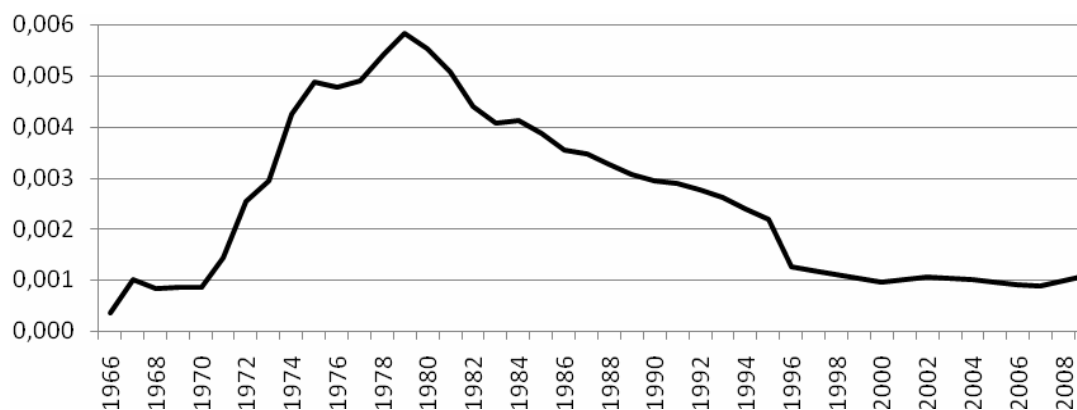
Quando Reagan se elegeu, em 1980, já se imaginava que os investimentos em cultura não seriam prioridade do governo. Ainda como governador da Califórnia, o republicano havia reduzido o apoio estatal à área e dizia que não estava “no negócio de subsidiar a curiosidade intelectual” (WU, 2006, p. 72). Uma das suas primeiras medidas como presidente foi anunciar o corte de 50% nas verbas do NEA e do NEH¹¹ e a intenção de extinguir o IMS. Devido à mobilização da comunidade artística, tais medidas não foram aprovadas pelo Congresso¹², o que não fez com que o governo mudasse de ideia: em 1982 foi enviado outro projeto de extinção do IMS, além de um corte de 30% no orçamento do NEA e de 27% para o NEH. O argumento usado era que esses fundos haviam sido politizados e estavam orientados para “o desenvolvimento das artes com objetivos sociais, e não artísticos”. O foco do governo deveria mudar, financiando apenas a alta cultura. Outro motivo alegado pelo Departamento de Orçamento e Administração foi que o financiamento público das artes resultava na “redução do papel histórico do apoio filantrópico do indivíduo privado e das empresas”. Portanto, o NEA deveria “sofrer proporcionalmente o maior corte individual dentre todas as agências do governo” (WU, 2006, p. 73). Essa política foi seguida pelos governos seguintes. Hoje, o orçamento do NEA é de apenas 0,001% do PIB dos Estados Unidos, proporção seis vezes menor do que em 1980.

¹⁰ Em 1996, após a incorporação dos serviços de biblioteca, passou a se chamar *Institute of Museum and Library Services*.

¹¹ Houve, inclusive, rumores que os dois fundos seriam fechados (WU, 2006, p. 73).

¹² No primeiro ano do governo, Reagan conseguiu reduzir em apenas 10% o orçamento do NEA (DIMAGGIO, 1983, p. 4).

Gráfico 2 - Orçamento do NEA (em % do PIB): 1966 a 2009.



Fonte: National Endowment for the Arts e Bureau of Economic Analysis¹³.

Ao mesmo tempo em que buscava reduzir o investimento público em cultura, Reagan trabalhou para aumentar o patrocínio privado. Em 1981 foi criada uma força-tarefa para as artes e humanidades, que tinha por objetivo estudar formas de aumentar do setor privado a essa área. O resultado da força-tarefa foi a constituição do Comitê Presidencial para a Artes e as Humanidades, que incluía presidentes de companhias como a *Mobil Corporation* e a *Times-Morris Corporation*, além de aliados políticos e financiadores das campanhas republicanas. Reagan e a primeira-dama se empenhavam pessoalmente nas atividades do comitê, dentre as quais podem ser citadas um jantar de gala para levantar recursos para o Teatro Ford em março de 1981, com ingressos vendidos a empresários por até cinco mil dólares, e uma recepção na Casa Branca em homenagem a uma exposição organizada pela Philip Morris, em junho do mesmo ano. Em 1983, foi criada a Comenda Presidencial por Serviços às Artes, que no primeiro ano homenageou doze patronos das artes, entre eles a Fundação Filantrópica Texaco, a Fundação Dayton Hudson e a Philip Morris, empresa que tinha como slogan do seu projeto artístico “A arte é necessária para tornar grande uma companhia”.

No entanto, as medalhas e homenagens não eram suficientes para que as empresas aumentassem o patrocínio à cultura em um nível suficiente para ocupar o lugar do NEA. Eram necessárias reformas fiscais para que os empresários pudessem deduzir uma parcela desses patrocínios dos tributos devidos, já que a diminuição da alíquota do imposto de renda para as faixas mais altas havia caído, desincentivando as doações. Uma das alterações aprovadas na Lei de Imposto de Recuperação Econômica de 1981 foi o aumento do teto de dedução das doações a entidades caritativas de 5% para 10% da renda tributável das empresas. Além disso, contribuições acima de 10% poderiam ser deduzidas nos anos seguintes. Aos poucos, o investimento público indireto foi crescendo em relação ao orçamento do NEA e das outras instituições culturais públicas. Em 2004, a estimativa era de que, para cada 14 dólares de subsídios indiretos através da dedução de

¹³ Orçamento do NEA disponível em < <http://www.arts.gov/about/Budget/AppropriationsHistory.html>> e PIB dos EUA disponível em < <http://www.bea.gov/national/xls/gdplev.xls>>. Acesso em: 14 nov. 2010.

impostos, apenas um dólar era investido diretamente pelo governo nas artes (RUSHTON, 2009, p. 40).

O NEA não foi atingido apenas pelo corte orçamentário, mas também pela mudança na sua orientação política. Entre novembro de 1981 e fevereiro de 1989, o fundo foi administrado por Frank Hodsoll, um antigo funcionário do Departamento de Estado que estava alinhado com a política econômica de Reagan. Logo após sua posse, Hodsoll fundou um Departamento de Parcerias Privadas, com o mesmo nível hierárquico do Departamento de Políticas Públicas, mas que não obteve o sucesso esperado em fortalecer os laços entre a instituição e as empresas. Ele também mudou a forma de organização do NEA, centralizando autoridade em seu gabinete. Estatutariamente, o presidente tinha a palavra final na decisão sobre a concessão de bolsas a artista, com base nas recomendações do Conselho Nacional para as Artes. Enquanto os presidentes anteriores acatavam automaticamente todas as sugestões do Conselho, Hodsoll passou a interferir na distribuição de bolsas, sendo acusado de censurar artistas que não estavam alinhados politicamente com o governo:

Nem mesmo uma pequena bolsa escapava do seu exame. Por exemplo, pequenas bolsas de publicação solicitadas pela HeresiesCollective e pela Documentação e Distribuição de Arte Política, de Nova York, para apoiar uma série de conferências públicas da qual participariam artistas proeminentes e críticos radicais, como Hans Haacke, Martha Rosler e Lucy Lippard, foram recusadas pela presidência apesar do endosso do painel de pares e do Conselho Nacional. Ao responder às acusações de “censura política”, Hodsoll não hesitou em afirmar que seu veto não teve de forma alguma motivação política. (WU, 2006, p. 95-96).

A posição em defesa de arte comercial era comum nas declarações de Hodsoll: “Filmes comerciais são filmes de arte, tanto como os não-comerciais”. Sobre a polêmica dos espaços alternativos de arte, disse: “a maioria dos artistas gostaria de ter uma galeria comercial, [...] a reputação do artista é feita no mercado” (WU, 2006, p. 96). Para o Programa de Artes Visuais do NEA, foi nomeado Benny Andrews, com o objetivo de mudar a relação com os espaços alternativos. Esses espaços, que haviam crescido graças ao financiamento do NEA, eram rotulados por conservadores como Hilton Kramer de “luxo cultural negativo”, “rebeldes autorizados à custa do contribuinte” e “tutelados permanentes do sistema de patronato do governo”¹⁴. Andrews tentou impor a lógica do mercado a essas galerias, oferecendo mecanismos de venda das obras expostas e incentivando-as a buscar patrocínios privados. Também foi suspenso o Programa de Bolsas para Críticos de Arte.

A política de Thatcher para a cultura apresenta poucas diferenças em relação à de Reagan. Assim como seu colega norte-americano, no primeiro ano de governo ela já anunciou um corte no orçamento do *Arts Council*. Os argumentos também eram parecidos: “Há muitas pessoas no mundo

¹⁴ Hilton Kramer, *The prospect before us* (apud WU, 2006, p. 97).

das artes que ainda precisam se desapegar do Estado assistencialista”¹⁵. Norman St. John Stevas, o primeiro a ocupar o cargo de Ministro das Artes de Thatcher, deu certa vez a seguinte declaração:

A expansão do Estado chegou ao final. Apesar de a política de apoio público ter continuidade, neste clima político e econômico não é realista esperar grandes somas do setor público. Devemos buscar novas fontes de dinheiro no setor privado. É ali que estão as possibilidades futuras. (BALDRY, 1981, apud WU, 2006).

O governo inglês declarou apoio total e aprovou a transferência de recursos para a Associação para o Patrocínio Empresarial das Artes, uma entidade privada criada para promover o patrocínio. A exemplo de Reagan, Thatcher também criou um comitê, presidido pelo Ministro das Artes, para incentivar o investimento privado em cultura, do qual participavam empresários como Nevil Macready, diretor administrativo da *Mobil Oil*, e Colin Knowles, diretor de relações públicas da *Imperial Tobacco*. Já o Departamento de Artes e Bibliotecas do governo publicou 25 mil exemplares do folheto *The arts are your business*, distribuído no comércio e na indústria. Nessa publicação, eram apresentados todos os benefícios do patrocínio cultural, dando ênfase às isenções fiscais. Ainda dizia que o governo estava alterando a legislação tributária, tornando-a “mais generosa a fim de incentivar a doação privada”. Outra publicação oficial dizia que os patronos das artes “receberão certificados comemorativos e serão fotografados com o ministro e com membros do Parlamento, e a mídia nacional será convidada para esses prestigiosos eventos”.

O principal instrumento de incentivo fiscal na Grã-Bretanha é o termo de convênio. Criado em 1922, era uma forma de garantir uma renda estável às instituições caritativas. A empresa que assinasse um termo de convênio era obrigada a destinar, por pelo menos sete anos, uma parcela do seu imposto de renda à instituição escolhida. Ao contrário dos Estados Unidos, entretanto, o valor era pago ao governo, que repassava à instituição. Ao longo dos governos conservadores foram realizadas várias mudanças na Lei de Finanças para tornar as doações mais atrativas para as empresas diminuindo o período mínimo de convênio, reintroduzindo na lei contribuintes de maior faixa de renda, estendendo benefícios que antes existiam apenas para as companhias de capital aberto a companhias de capital fechado e a pessoas físicas e abolindo-se o limite de cinco milhões de libras para doações em um único ano fiscal, ente outras mudanças.

Thatcher também criou, em 1984, o *Business Sponsorship Incentive Scheme*, que complementava com dinheiro público doações privadas para eventos culturais. Isso permitia a extensão dos eventos e, conseqüentemente, mais propaganda para o patrocinador. O *TI Group*, por exemplo, “recebeu 20 mil libras para patrocinar o Royal College of Art em 1992. A companhia então usou o dinheiro para montar duas exposições anuais no College e deu a si próprio o crédito pelo patrocínio” (WU, 2006, p. 86). Em outras palavras,

¹⁵ Discurso de Richard Luce, nomeado Ministro das Artes da Inglaterra em 1985 (WU, 2006, p. 79).

o governo colocava dinheiro público na bolsa das empresas, e as companhias podiam então se valer dele em suas campanhas publicitárias. O que tornava o esquema ainda mais intrigante era sua manifestação contra a lógica do livre mercado defendida por Thatcher. Apesar de toda a sua ideologia de não interferência, o governo efetivamente intervinha de formas que traziam enormes benefícios para a ordem corporativa. (WU, 2006, p. 87).

As mudanças não aconteceram apenas no financiamento das artes, mas também na administração dos espaços culturais públicos. Ao contrário dos Estados Unidos, os principais museus e galerias britânicos, como a *National Gallery*, a *Tate Gallery* e a *Royal Opera House*, são estatais, embora administrados por curadores “independentes”. Apesar de os conselhos de curadores terem certa autonomia em relação ao governo, a maioria de seus integrantes é indicada pelo primeiro-ministro. Após a posse da *Dama de Ferro*, diminuiu o número de nomeações de curadores ligados à arte, dando espaço para grandes empresários e políticos próximos do governo. John Major, por exemplo, presidente do Banco Lazard Brothers, foi nomeado para o conselho curador da Tate Gallery após doar 180 mil libras para o Partido Conservador. Um dos motivos alegados para nomear empresários era que o corte no orçamento público para as artes causou uma mudança no papel dos curadores. Se antes eles eram responsáveis apenas pela parte artística dos museus, no governo Thatcher eles foram obrigados a se preocuparem com o financiamento, buscando patrocínios privados. Outra mudança nesse sentido foi a criação das fundações para levantar recursos, como a Fundação Tate Gallery, criada em 1986.

Em 1983, auge dos governos Reagan e Thatcher, o sociólogo norte-americano Paul DiMaggio escreveu o artigo *Can Culture Survive the Market Place?* A conclusão foi de que a cultura sobreviveria ao neoliberalismo, porque ela “sempre sobrevive”. No entanto, a questão era que tipo de cultura sobreviveria:

Reductions in state arts funds will hurt the smallest organizations. Cuts in municipal arts funding will have the most devastating impact on small, ethnic, and participatory organizations. At this writing, it seems likely that a sufficient infrastructure of support for traditional arts organizations will survive the Reagan administration to permit later growth in federal and state public spending to proceed along the lines that it has already. By contrast, the infrastructure for non-traditional, minority, artist-centered, and socially oriented arts organizations that serve values of diversity, pluralism, participation and excellence in the art forms they pursue is being demolished. (DIMAGGIO, 1983, p. 24)

Embora existam algumas diferenças entre as medidas postas em prática nos Estados Unidos e na Inglaterra, o modelo de política cultural adotado nos dois países é basicamente o mesmo. Reagan e Thatcher reduziram os investimentos diretos do governo e fizeram esforços para aumentar o investimento privado, ou melhor, pseudoprivado, já que na maioria dos casos são oriundos de isenções fiscais. Foi esse modelo que serviu de inspiração para o governo brasileiro alterar sua política cultural nos anos 1990.

Histórico da política cultural brasileira

Antonio Albino Rubim (2010) diz que a história da política cultural brasileira está marcada por duas principais características: a **ausência** e o **autoritarismo**. Embora ações isoladas de incentivos às artes já fossem realizadas desde o século XIX, foi apenas a partir da passagem de Mário de Andrade no Departamento de Cultura da cidade de São Paulo (1935-1938) e da gestão de Gustavo Capanema no Ministério da Educação e Saúde (1934-1945) que podemos dizer que o Brasil teve uma política cultural. Mas além de criar diversos organismos culturais, como o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico e Nacional¹⁶, o Conselho Nacional de Cultura e o Instituto Nacional do Livro, o governo Vargas também inaugurou, através do DIP, o autoritarismo na política cultural. Segundo Rubim (2008, p. 54), “somente nos períodos autoritários o Brasil conheceu políticas culturais mais sistemáticas, nas quais o Estado assumiu um papel mais ativo”. O modelo varguista teve traços em comum com aquele adotado pela ditadura militar a partir de 1964. Além da censura e da perseguição política, os militares também criaram o Conselho Federal de Cultura (1966), o Instituto Nacional de Cinema (1966), a EMBRAFILME (1969), a Fundação Nacional de Artes - Funarte (1975), a RADIOBRÁS (1976) e o CONCINE (1976). Em 1975, foi formulado o primeiro Plano Nacional de Cultura, que estava diretamente vinculado com a questão da “segurança nacional”.

Já a ausência, para esse autor, é uma tradição marcante desde os tempos da Colônia e do Império e que se manteve na República. Com exceção dos governos autoritários, como citado anteriormente, poucas foram as iniciativas governamentais de apoio à cultura. Isso ocorreu no Império, na República Velha, no período de 1945 a 1964 e, nos anos 1990, a ausência teria “atingido seu ponto culminante”. As leis de incentivo à cultura surgidas a partir dos anos 1980 seriam mais uma modalidade de ausência, pois “retiram o poder de decisão do Estado [...] e colocam a deliberação em mãos da iniciativa privada” (RUBIM, 2008, p. 53).

A conjugação entre ausência e autoritarismo produz uma terceira tradição: a **instabilidade**. Uma das poucas instituições que fugiu dessa regra foi o IPHAN, que se manteve com poucas mudanças por décadas. Os demais órgãos públicos eram criados e extintos a cada governo, ou tinham todo seu pessoal trocado. O período em que a instabilidade ficou mais evidente foi durante a “Nova República”, quando nem a criação de um Ministério da Cultura, em 1985, foi capaz de manter políticas mais duradouras. Com a posse de Collor, o Ministério foi fechado e substituído por uma secretaria, decisão revertida por Itamar Franco em 1993. Em dez anos, dez dirigentes passaram pela pasta.

¹⁶ De todos os organismos criados, o SPHAN foi o que mais prosperou, dando origem ao Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

As leis de incentivo

A primeira lei de incentivos fiscais criada no Brasil para financiar a cultura foi a Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, conhecida como Lei Sarney. Aprovada em um período de escassez de recursos estatais, ela criou uma modalidade de investimento em cultura denominada mecenato, que também seria usada nas leis seguintes. Atingida por denúncias de corrupção, a Lei Sarney não durou muito tempo, mas serviu para semear entre os empresários a ideia de que o marketing cultural era uma boa forma de publicidade.

A consolidação das políticas culturais neoliberais no Brasil, entretanto, só se deu a partir da eleição de Collor. Assim que assumiu a Presidência, o ex-governador alagoano revogou todos os incentivos fiscais federais existentes e desmontou os órgãos públicos ligados à cultura. Além de fechar o Ministério da Cultura, substituído por uma Secretaria, Collor acabou com a EMBRAFILME, a Funarte, a Fundação Nacional de Artes Cênicas e diversos outros órgão ligados à cultura. O orçamento para a cultura foi cortado e no lugar dos gastos públicos diretos veio uma nova lei de incentivo fiscal, a Lei Rouanet¹⁷. Essa lei prevê três mecanismos: o Fundo Nacional de Investimento Cultural e Artístico (FICART, que nunca foi implantado), o Fundo Nacional de Cultura (FNC, gerido pelo Ministério da Cultura, mas com poucos recursos) e a renúncia fiscal para patrocínios e doações a projetos culturais, modalidade conhecida como “mecenato”.

Para captar recursos do mecenato, um projeto cultural deve ser aprovado pelo Conselho Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), a partir de pareceres de especialistas. “Os projetos são avaliados pelo seu atendimento aos requisitos da legislação e adequação orçamentária (viabilidade financeira), não sendo procedida qualquer análise de mérito” (OLIVIERI, 2004, p. 96). É importante ressaltar que ter um projeto aprovado não garante recursos a ninguém. Após a aprovação, uma etapa meramente burocrática, o proponente deve buscar empresas interessadas no projeto. Apesar de os recursos serem públicos, são as empresas (geralmente seus departamentos de marketing) que decidem quais projetos receberão incentivos e quais não receberão. A maioria dos projetos não sai do papel por não encontrar patrocinadores interessados. Em 2009, por exemplo, o montante dos projetos aprovados pelo CNIC para captar recursos foi de R\$ 3,5 bilhões, mas foram efetivamente captados menos de um bilhão.

As empresas que apoiam os projetos podiam abater 30% ou 40% do valor investido do Imposto de Renda. Na prática esses valores são de 64% e 74%, pois o gasto pode ser lançado como despesa operacional, diminuindo a base de cálculo do imposto. Em 1997 foi ampliado o incentivo da Rouanet para 100%, sem a possibilidade de lançar o valor como despesa operacional, para

¹⁷ Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. No entanto, ela só foi regulamentada com o Decreto nº 1.494, de 17 de maio de 1995.

diversas atividades artísticas. No entanto, mesmo que o dinheiro seja 100% público, a decisão de quais projetos financiar continua sendo inteiramente do setor privado.

Em 1995 o MinC lançou uma publicação que ficou conhecida como a melhor expressão da visão neoliberal sobre as políticas culturais na Brasil. Com grandes semelhanças em relação ao folheto publicado anos antes na Inglaterra, *The arts are your business*, o governo brasileiro distribuiu 15 mil exemplares da cartilha *Cultura é um Bom Negócio*. Era um material voltado aos empresários, onde se explica os mecanismos da Lei Rouanet, mostrando todas as vantagens do apoio privado às artes. A cultura é divulgada como um negócio lucrativo: “nunca os museus foram tão visitados, as obras de arte valorizadas e não há paralelo para os lucros que obtêm hoje os entretenimentos culturais e o *show business*” (BRASIL, 1995, p. 10). E são citados diversos motivos para uma empresa investir em cultura:

Experiências conhecidas de empresas que investem com regularidade em atividades culturais comprovam o retorno satisfatório desse tipo de *marketing*, tanto em termos institucionais como, em alguns casos, inclusive na alavancagem de produtos. Este resultado, aliado aos benefícios fiscais faz da parceria iniciativa privada/produtor cultural um mercado promissor, só comparável ao mercado publicitário. [...] Isto é que faz do investimento em cultura um bom negócio. (BRASIL, 1995, p. 7).

A Lei do Audiovisual, de 1993, é ainda mais “generosa” com os empresários: além do investimento ter 100% de benefício fiscal, ainda pode ser lançado como despesa operacional, chegando a um incentivo de 125%. Ou seja, se com a Rouanet a empresa faz propaganda de graça, com a Lei do Audiovisual ela não só não paga pela propaganda como ainda recebe dinheiro extra do governo. Além disso, a empresa investidora tem direitos sobre os lucros do filme, na proporção do valor investido. O objetivo da lei era impulsionar a produção cinematográfica e criar uma indústria de cinema brasileiro, já que após o fim da EMBRAFILME poucas produções eram realizadas no país. Inicialmente foi fixada uma data limite para a vigência da lei. A previsão era de que, em dez anos, já teria se constituído um mercado e uma indústria cinematográfica autossuficientes e não seriam mais necessários os incentivos fiscais (OLIVIERI, 2004, p. 104). No entanto, após duas prorrogações, ela continua em vigor até hoje.

O que é financiado pelas leis de incentivo?

Em decorrência da nova política cultural centrada nas leis de renúncia fiscal ocorreram mudanças tanto no tipo de projetos culturais desenvolvidos quanto no conteúdo dos mesmos, com consequências culturais, políticas e econômicas. A primeira característica que chama a atenção de quem examina as estatísticas da Lei Rouanet é a grande concentração regional dos projetos executados. Um dos principais objetivos das políticas públicas para a cultura deve ser a inclusão e a democracia cultural (DIMAGGIO, 1983). Se o objetivo fosse ampliar o acesso à cultura, os projetos

financiados com recursos públicos deveriam priorizar regiões onde a população tem menos acesso a atividades culturais. Mas o que ocorre com as leis de incentivo é justamente o contrário: as atividades financiadas geralmente são realizadas nas regiões mais ricas, onde já existe naturalmente mais financiamento privado para a cultura. De 1993 a 2009, praticamente 80% dos recursos captados pela Lei Rouanet foram destinados a projetos no Sudeste. Enquanto isso, a região Norte recebeu menos de 1% do total e a Centro Oeste, 3,2%. A concentração é muito maior do que a concentração populacional ou do PIB. O Sudeste, com 41% da população e 56% do PIB brasileiro, representa 79,8% dos recursos da Lei Rouanet. Já o Nordeste possui 27,9% da população, mas apenas 6,2% dos recursos da lei¹⁸. Há ainda concentração dentro de cada região¹⁹ e, em cada cidade, os bairros mais ricos são privilegiados.

Outro fator que vai de encontro à ideia de democratização da cultura é o preço dos ingressos. A única restrição da Lei Rouanet nesse sentido é que projetos incentivados devem ser “abertos, sem distinção, a qualquer pessoa, se gratuitas, e a público pagante, se cobrado ingresso”. Não há nada na legislação que fale sobre os preços e é comum encontrar espetáculos que recebem recursos dessa lei e cobram mais de R\$ 300,00 por ingresso.

Além disso, é importante para a democratização da cultura garantir não apenas o acesso do público, mas também dos profissionais da cultura. Os artistas com trabalhos menos comerciais, principalmente aqueles em início de carreira, só conseguem manter seu trabalho com apoio do Estado. Na França, por exemplo, existem mecanismos de apoio a esses artistas: “O investimento cultural, quando incorpora um alto grau de inovação, comporta uma forte incerteza no tocante aos resultados. [...] o estado substitui o mercado para apoiar os setores que, sem esse maná, estariam condenados à decadência”. (BENHAMOU, 2007, p. 152). Já no Brasil, onde essa função foi repassada ao setor privado, são poucos os artistas que conseguem financiamento. A saída encontrada por muitos artistas novatos é abandonar suas inovações e adaptar-se ao mercado. Segundo relato do diretor de teatro Sérgio de Carvalho (2009, p. 158), fundador da Companhia de Latão, as leis de incentivo são um obstáculo às novidades na arte: “Quando lançada ao mercado tropical das artes, toda a inquietação experimental da minha geração se deparava com a absurda situação de que as novas leis de incentivo só serviam aos projetos com conformação empresarial”.

Isso acontece porque o objetivo das empresas que patrocinam projetos culturais não é democratizar o acesso à cultura ou apoiar artistas em início de carreira, mas gerar lucros. Assim acabam não escolhendo as atividades que vão apoiar por seu valor artístico, mas pela sua capacidade de melhorar a imagem da empresa e atrair novos clientes. Se a maioria da população

¹⁸ Os dados de população foram retirados do Censo de 2010 e os referentes ao PIB, do caderno Contas Regionais do Brasil 2004-2008, do IBGE.

¹⁹ Apenas a cidade de São Paulo recebeu 46,9% de todos os recursos destinados ao Sudeste em 2009.

com renda suficiente para tornar-se consumidora da empresa está em São Paulo, é lá onde serão realizados os projetos financiados por ela.

Nosso objetivo não é fazer uma análise moralista do assunto, julgando a empresa por buscar o lucro ao invés de se preocupar com a democratização do acesso à cultura. Afinal, vivemos no Capitalismo e o objetivo das empresas é justamente valorizar seu capital. O que queremos é justamente mostrar que a lógica por trás das leis de incentivo (assim como as demais políticas neoliberais) está inserida no processo de valorização do capital, ao contrário do que diz o discurso dos seus defensores, segundo os quais a Lei Rouanet foi um avanço democrático, ao tirar o poder de decisão sobre a cultura do governo e transferi-la para a “sociedade civil”.

Mas como se dá esse processo? São duas as principais funções da Indústria Cultural no Capitalismo, que correspondem a duas formas de informação:

Se, do ponto de vista da coesão social, a informação adquire a forma de propaganda, sendo monopolizada pelo Estado e pelos setores capitalistas que controlam os meios de comunicação de massa, do ponto de vista da acumulação de capital ela adquire a forma publicidade, a serviço da concorrência capitalista. (BOLAÑO, 2000, p. 53).

É através do estudo das funções publicidade e propaganda que é possível perceber o conteúdo econômico e político por trás da política cultural neoliberal.

Publicidade

No primeiro capítulo d'O Capital, Marx analisa a mercadoria e mostra que ela é uma unidade contraditória entre valor (que se manifesta como valor de troca) e valor de uso. Como valores, as mercadorias são de diferente quantidade; como valores de uso, de diferente quantidade. Na troca, o vendedor está interessado no valor de troca da mercadoria, o comprador no seu valor de uso. E o comprador só pode consumir a mercadoria depois de comprá-la, ou seja, depois de o vendedor realizar o valor: “las mercancías tienen necesariamente que realizarse como valores antes de poder realizarse como valores de uso. Por otra parte, para poder realizarse como valores, no tienen más camino que acreditarse como valores de uso” (MARX, 1946, v. 1, p. 49). Mas se a compra deve ocorrer antes da realização do valor de uso, “no es el valor de uso real, sino lapromesadelmismo que desencadena la compra” (HAUG, 1989, p. 50). Segundo este autor,

lo “exterior” de a mercancía, su apariencia, su aspecto fenoménico, tal vez las propiedades de la superficie que pueden tocarse con los dedos, quizás el olor, juntamente con los nombres de fabricación, localidad y cantidad, etc., etc. [...] A esta relación causal compleja la denominamos *lapromesa estética del valor de uso* de la mercancía. (p. 51).

Essa promessa do valor de uso é, portanto, essencial para a realização do valor da mercadoria. E, embora a estética da mercadoria já esteja presente no corpo da própria mercadoria, ela se complexifica com o desenvolvimento do Capitalismo, através da embalagem e das vitrines,

até chegar na imagem publicitária, quando “esta complejaconfiguración estética se desprende por completo de lamercancía y aparece como anuncio pagado enlas revistas ilustradas o como cartel enlasvallas publicitarias” (p. 134).

Através dessa promessa de valor de uso, a publicidade influencia o ritmo de vendas e, conseqüentemente, o tempo de circulação das mercadorias. Como dito acima, o neoliberalismo foi uma resposta à crise dos anos 70 e à queda da taxa de lucro. Bensaïd (2009), ao estudar esse tipo de crises, diz que uma das soluções é aumentar a velocidade de rotação do capital:

A queda efetiva da taxa de lucro não implica automaticamente uma redução da sua massa. Se o ritmo de rotação do capital se acelera, a segunda pode continuar a aumentar, mesmo que a primeira caia. [...] A facilidade do crédito, o *marketing*, a *publicidade*, a gestão do grande consumo, a obsolescência integrada, a falsa novidade da moda, contribuem precisamente a acelerar essa rotação e a dar o sentimento de uma aceleração da história.

Arruda (2004, p. 73), concorda com essa visão. A publicidade é importante no processo de acumulação porque ela, “juntamente com a extensão dos instrumentos creditícios aos consumidores, contribui para abreviar o tempo de circulação das mercadorias, acelerar a rotação do capital e reforçar as necessidades de consumo”. Portanto, as leis de incentivo, se entendidas como um subsídio à publicidade, contribuem com o aumento da velocidade de circulação do capital, aumentando a taxa periódica de lucro.

Originalmente a publicidade era focada nas características do produto. Mas nas últimas décadas, cada vez é mais comum a tentativa de passar uma imagem de empresa “responsável”. Segundo Žižek (2011,p. 54):

É assim que o capitalismo, no nível do consumo, incorpora a herança de 68, a crítica do consumo alienado: a experiência *autêntica* tem importância. Uma campanha recente dos hotéis Hilton consiste numa afirmação simples: “As viagens não nos levam apenas de A para B. Elas deveriam também nos tornar pessoas melhores”. Há apenas uma década, alguém imaginaria um anúncio desses? Não é também por essas razões que compramos alimentos orgânicos?

É o que ele chama de “capitalismo cultural”, onde as empresas tentam convencer os clientes que, ao comprar seu produto, estarão ajudando o meio ambiente, as crianças pobres e a cultura, apoiados pela empresa através da “caridade”. É como se “in the morning he grabs the money, in the afternoon he gives half the money back to charities and supporting things and so on” (ŽIŽEK, 2010), embora, no caso brasileiro, nem se devolva “metade do dinheiro”, já que as doações são integralmente cobertas pela renúncia fiscal. E, nesse caso, as funções publicidade e propaganda acabam se misturando.

É claro que, no nível empírico, é sempre difícil estabelecer de forma cabal a diferença entre publicidade e propaganda.

[...] Na verdade, a forma elementar de publicidade já é propaganda, na medida em que ao lado dos inúmeros atos de compra e venda conforma um universo simbólico de inegável poder ideológico. (BOLAÑO, 200, p. 53-4).

Como pequenas e micro empresas são impedidas de participar das leis de incentivo à cultura, pela forma como são tributadas²⁰, é um subsídio que beneficia apenas as médias e grandes empresas, fortalecendo a tendência natural do capitalismo de centralização e concentração do capital. Em 2009 apenas trinta empresas foram responsáveis por metade do total do valor captado pela Lei Rouanet. E quando consideramos que a carga tributária no Brasil é extremamente regressiva, todo esse subsídio para grandes empresas confirma a ideia de Harvey (2008, p. 171) de que “a principal realização substantiva da neoliberalização foi redistribuir, em vez de criar, riqueza e renda”. Para caracterizar esse processo de redistribuição, o autor criou o conceito de “acumulação por espoliação”, que seria uma continuidade do que Marx chamou de acumulação primitiva. Harvey apresenta quatro características principais da acumulação por espoliação. A primeira é a **mercadificação e a privatização** de serviços até então públicos, abrindo novos campos à acumulação de capital. A segunda é a **financeirização**: a desregulação “permitiu que o sistema financeiro se tornasse um dos principais centros de atividade redistributiva por meio da especulação, da predação, da fraude e da roubalheira” (HARVEY, 2008, p. 173). A terceira característica é a **administração e manipulação de crises**, que tende a redistribuir riqueza de países pobres para países ricos. A última é a **redistribuição via Estado**.

Podemos considerar a transferência de recursos públicos para as grandes empresas, para que as mesmas usem-nos para financiar seu marketing cultural, como uma forma de acumulação por espoliação, pois é uma redistribuição de renda via estado. Também é uma mercadificação da cultura: “a transformação em mercadoria de formas culturais, históricas e da criatividade intelectual envolve espoliação em larga escala” (HARVEY, 2004, p. 123). No caso da Lei do Audiovisual, a acumulação por espoliação é ainda mais característica. Como as empresas recebem cotas de participação dos filmes nos quais investem, elas têm direito aos lucros gerados por essas produções. Assim, abriu-se um novo campo de valorização do capital, que antes estava praticamente restrito a uma empresa estatal, a EMBRAFILME. É o caso citado por Harvey de “liberar um conjunto de ativos a custo muito baixo” para que o capital privado lhe dê “um uso lucrativo”.

Propaganda

Para compreender como a arte é usada para propaganda ideológica da classe dominante, é interessante retomar o conceito de hegemonia, que na teoria marxista passou a ser utilizado após os escritos de Antonio Gramsci, embora o italiano negue a paternidade do conceito, atribuindo-a a Lenin²¹ (PORTELLI, 2002, p. 73). Na concepção gramsciana, a hegemonia é a

²⁰Empresas que pagam Imposto de Renda de acordo com o lucro presumido são impedidas por lei de receber esse tipo de incentivo fiscal.

²¹No seu livro *Concepção dialética da história*, Gramsci diz que o princípio da hegemonia é a principal contribuição de Lenin à filosofia da práxis: “Disto decorre que o princípio teórico prático da hegemonia possui também uma importância

capacidade de *direção* intelectual e moral, em virtude da qual a classe dominante, ou aspirante ao domínio, consegue ser aceita como guia legítimo, constitui-se em classe dirigente e obtém o consenso ou a passividade da maioria da população diante das metas impostas à vida social e política de um país. É este o significado que se depreende da "teoria da Hegemonia" que Antônio Gramsci transformou em centro da sua reflexão sobre a política e o Estado modernos e se acha registrada nas páginas dos *Quadernidelcarcere*. (BELLIGNI, 1998, p. 580)

Dentro dessa concepção, o Estado é “um ponto-chave para se compreender a aceitação da sociedade de classes pelas classes subalternas” (ALMEIDA FILHO e PAULANI, 2009, p. 14). Mas, se no nível da sociedade política a hegemonia opera como direção política, no nível da sociedade civil ela aparece como direção cultural (CHAUI, 2006, p. 21). A hegemonia está, portanto, estreitamente relacionada com a cultura, tanto a cultura em sentido estrito (artes, letras, folclore, etc) quanto em seu sentido mais amplo, sobretudo em uma sociedade de classes:

Como cultura em sentido amplo, a hegemonia determina o modo como os sujeitos sociais se representam a si mesmos e uns aos outros, o modo como interpretam os acontecimentos, o espaço, o tempo, o trabalho e o lazer, a dominação e a liberdade, o possível e o impossível, o necessário e o contingente, o sagrado e o profano, o justo e o injusto, o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, as relações com a natureza, as instituições sociais (religião, família, vestuário, culinária, medicina, habitação etc.) e políticas (Estado, movimentos, associações, partidos etc.), bem como a cultura em sentido restrito (as obras de arte e de pensamento), em uma experiência vivida ou mesmo refletida, global e englobante, cujas balizas invisíveis são fincadas no solo histórico pela classe dominante de uma sociedade. É o que Gramsci designa como *visão de mundo*. (CHAUI, 2006, p.22).

Gramsci criticava a forma como o passado da cultura italiana era manipulado e apropriado pelo governo fascista para fins de propaganda. Em seus escritos, defendia que era necessário construir uma contra-hegemonia, na qual se inseria o que ele chamou de cultura nacional-popular. Ou seja, valorizar a cultura nacional, mas resgatando “o passado histórico cultural italiano como patrimônio das classes populares” (CHAUI, 2006, p. 17). Na Itália, país onde os intelectuais estavam afastados do povo, não havia uma cultura popular²² forte como em outros países europeus, o que levava os italianos a ler principalmente autores estrangeiros, como Shakespeare, Victor Hugo e Alexandre Dumas. É preciso, portanto, superar a interpretação que o nacional e o popular recebem sob hegemonia burguesa (e, particularmente, sob a fascista) e estabelecer uma cultura que fosse “nacional pelo resgate de uma tradição não trabalhada ou manipulada pela classe dominante” e “popular pela expressão da consciência e dos sentimentos populares, feita seja por aqueles que se

gnoseológica; neste campo, portanto, deve-se buscar a contribuição teórica máxima de Ilitch [Lenin] à filosofia da *praxis*.”. (GRAMSCI, 1978, p. 52).

²² Popular, para Gramsci possui vários significados simultâneos, como “a capacidade de um intelectual ou de um artista de apresentar ideias, situações, sentimentos, paixões e anseios universais que, *por serem universais*, o povo reconhece, identifica e compreende espontaneamente (é o caso de Shakespeare). Significa também a capacidade para captar no saber e na consciência populares instantes de revelação, que alteram a visão de mundo do artista ou do intelectual, os quais, não se colocando em atitude paternalista ou de tutores do povo, transformam em obra o conhecimento assim adquirido (é o caso de Victor Hugo e Tolstoi). Significa, ainda, a capacidade para transformar situações produzidas pelas condições sociais em tema de crítica social identificável pelo povo (é o caso de Goldoni e Dostoiévsky). Significa, por fim, a sensibilidade capaz de “ligar-se aos sentimentos populares”, exprimi-los artisticamente, não interessando, aqui, qual o valor artístico da obra”. (CHAUI, 2006b, p. 19).

identificam com o povo, seja por aqueles saídos organicamente do próprio povo” (CHAUI, 2006, p. 20).

A hegemonia burguesa hoje no Brasil se expressa também através da política cultural, com as leis de incentivo que privilegiam a cultura da classe dominante. Com esse mecanismo, o Estado entrega recursos públicos às empresas, que os utilizam para promover atividades artísticas de acordo com sua ideologia. O Estado é, portanto, fundamental na construção da hegemonia burguesa. Como lembram Almeida Filho e Paulani,

o pensamento e os valores dessa classe, e mesmo seu modo de vida, são difundidos por toda a sociedade, influenciando todos os gostos e comportamentos morais, todos os costumes e relações sociais. Gramsci atribui ao Estado parte da função de promover esse conceito único da realidade, um papel, portanto, essencial no domínio da classe hegemônica. Os “aparelhos ideológicos” do Estado são, por isso, mais importantes na reprodução social do que o aparelho repressivo, derivado do monopólio da força. (2009, p. 14-15).

Deste modo, é equivocada a visão de Albino de que as leis de incentivo são o “ponto culminante” da ausência de políticas culturais. Pelo contrário, elas não representam a ausência, mas uma política deliberada do Estado de apoio a um determinado tipo de cultura. O Estado não se ausenta simplesmente das decisões, ele as delega para uma classe específica. Os dois modelos de política cultural apresentados pelo autor, qual sejam o “autoritarismo” dos regimes militares e a “ausência” dos governos neoliberais, nada mais são que dois modos de exercer a hegemonia burguesa, uma centrada na coerção e outra na coesão. Como diz Gramsci nos Cadernos do Cárcere, o exercício da hegemonia “caracteriza-se pela combinação da força e do consenso, que se equilibram de modo variado, sem que a força suplante em muito o consenso, mas, ao contrário, tentando fazer com que a força pareça apoiada no consenso da maioria” (GRAMSCI, 2000, p. 95). Se na década de 1960 houve uma crise de hegemonia e a classe dominante teve que usar a força para manter seu poder, a partir dos anos 1980 essa classe conseguiu construir um consenso em torno do seu projeto.

O controle das empresas patrocinadoras ao conteúdo da arte produzida se dá de várias maneiras. Projetos que tenham algum questionamento político, social ou religioso dificilmente conseguem captar recursos. Ou quando captam sofrem censura do patrocinador. Na última edição da Bienal do Mercosul, por exemplo, os curadores convidaram o artista mexicano Pedro Reyes para participar da mostra Biografias Coletivas. O artista decidiu aproveitar a oportunidade para chamar a atenção para a violência a que os trabalhadores rurais sem-terra são submetidos no Brasil. Inspirado no Teatro do Oprimido, de Augusto Boal, Reyes visitou um acampamento do MST e encenou a morte do sem-terra Elton Brum, que havia sido assassinado pouco tempo antes pela Polícia Militar. As imagens dessa encenação foram transformadas na fotonovela “Paz não é Passividade”, que integrou a mostra. A direção da Bienal, no entanto, decidiu censurar o trabalho, alterando o texto da fotonovela. Foram retiradas todas as citações ao nome de Elton e à Fazenda Southal, a foto da

autópsia de Brum, a reprodução de um panfleto estimulando a violência contra o MST distribuído por fazendeiros de São Gabriel e vários trechos do texto. A Fundação Bienal de Artes Visuais do Mercosul, organizadora do evento, é administrada pelos principais líderes empresariais do Rio Grande do Sul, como Luiz Carlos Mandelli e Jorge Gerdau Johannpeter, e nos últimos anos recebeu aproximadamente R\$ 40 milhões de recursos públicos, via Lei Rouanet, para organizar a Bienal, sendo a principal patrocinadora a própria Gerdau. Ou seja, o governo concede incentivos fiscais de 100% para um empresário que doa dinheiro para uma entidade privada administrada por ele mesmo, com o objetivo de apoiar uma cultura com os valores da sua classe.

Conclusão

A política cultural dita neoliberal substituiu aquela herdada da ditadura militar, onde havia uma forte repressão a todo tipo de arte contra-hegemônica. Apesar da criação de novas formas de elaboração da política e de financiamento, o novo modelo continua privilegiando a cultura da classe dominante. Nesse sentido, repete o modelo anterior, mas se o primeiro foi uma tragédia, parafraseando Marx, o segundo é uma farsa, pois apresenta a política cultural de uma determinada classe como se fosse benéfica para toda a sociedade. O neoliberalismo não é um projeto utópico de minimização do papel do Estado na economia. É, como diz Harvey, um projeto de restauração do poder de classe e isso se reflete na sua política cultural. Se o objetivo fosse apenas reduzir o papel do Estado e cortar gastos nas áreas consideradas não essenciais, o governo simplesmente deixaria de incentivar a cultura. Mas não é o que acontece. O que ocorre é um investimento público cada vez maior em cultura, mas em projetos decididos pelo mercado. Isso porque o Capitalismo não consegue viver sem o Estado:

[...] é preciso mencionar um problema adicional: a "hibridização" em evidência nos países capitalistas mais avançados. Sua principal dimensão é o sempre crescente envolvimento direto e indireto do Estado em salvaguardar a continuidade do modo de reprodução do metabolismo social do capital. Apesar de todos os protestos em contrário, combinados com fantasias neoliberais relativas ao "recuo das fronteiras do Estado", o sistema do capital não sobreviveria uma única semana sem o forte apoio que recebe do Estado. (MÉSZÁROS, 2007, P. 92).

As leis de incentivo foram apresentadas como sendo uma forma de democratizar as decisões de investimento na cultura. Ao contrário dos governos militares, em que as decisões eram centralizadas e autoritárias, o novo sistema passaria o poder decisório para a sociedade, que teria liberdade para decidir a alocação de recursos. O que acontece, entretanto, é que a decisão ficada restrita a uma determinada classe. Ou seja, há uma liberdade para incentivar projetos culturais mas Lenin já alertava que os capitalistas “chamam liberdade de imprensa a compra dela pelos ricos, servindo-se da riqueza para fabricar e falsificar a opinião pública”. Até existem casos de artistas de esquerda e de projetos de cultura popular que recebem incentivo de grandes companhias. No

entanto, esses incentivos dependem da percepção da empresa de que aquele artista pode atingir um público consumidor específico, aumentando suas vendas ou melhorando sua imagem. Ou seja, mesmo aquelas que seriam as exceções à regra na verdade só confirmam a ideia de que esse sistema de financiamento à cultura tem por objetivo beneficiar o capital.

Investindo em cultura, o empresário obtém vantagens nas duas grandes disputas do capitalismo. Ao divulgar sua marca, pode ocupar espaço dos concorrentes, se beneficiando na disputa capital x capital. Ao ter o controle ideológico dos projetos culturais patrocinados, contribui para a manutenção da hegemonia da classe dominante, se beneficiando enquanto classe na disputa capital x trabalho. Quando esses dois benefícios vêm através de um incentivo fiscal de 100% ou, até mesmo, de 125%, os benefícios são ainda maiores. Deste modo, as políticas culturais neoliberais, particularmente as leis de renúncia fiscal, sua maior expressão, não têm como objetivo incentivar a cultura local ou democratizar o acesso à arte. O objetivo principal é de gerar privilégios para a classe dominante. Seguem, portanto, a mesma lógica das demais políticas neoliberais: aumentar o poder de classe.

No governo Lula aconteceram algumas mudanças na política cultural brasileira, afastando-a um pouco do modelo neoliberal, embora as leis de incentivo tenham permanecido como o principal instrumento de política. Foram criados, por exemplo, os Pontos de Cultura visando à democratização do acesso à cultura. Também se encaminharam ao Congresso propostas de mudanças na Lei Rouanet e na Lei dos Direitos Autorais, além de um projeto de emenda constitucional que obriga a União investir 2% do orçamento em cultura, os estados 1,5% e os municípios 1%. Mas a tentativa de mudança não durou muito: em 2011 o lobby do ECAD e de grandes produtores culturais conseguiu tirar o ministro Juca Ferreira e colocar Ana de Hollanda no MinC, mostrando que mudanças políticas contra o interesse do capital, mesmo quando pequenas, são difíceis de se realizar na democracia burguesa.

A construção de uma nova política cultural depende do compromisso do governo em garantir recursos e da participação direta da sociedade, principalmente da comunidade artística, na formulação dessa política. Um passo importante a ser dado é a continuidade da realização de Conferências Nacionais de Cultura e o fortalecimento do Conselho Nacional de Política Cultural. Mas o acesso à cultura será garantido a todos somente quando realizarmos uma transformação radical da sociedade. Pois, como dizia Leon Trotsky: “Ela virá, a revolução conquistará a todos o direito não somente ao pão, mas, também, à poesia”.

Referências

ALMEIDA FILHO, Niemeyer; PAULANI, Leda Maria. Regulação Social e Acumulação por Espoliação. In: *Anais do XIV Encontro Nacional de Economia Política* (Encontro da SEP), São Paulo, 2009.

ANDERSON, Perry. Balanço do Neoliberalismo. In: SADER, Emir e GENTILI, Pablo (org.) *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o estado democrático*. São Paulo: Paz e Terra, 2008. p. 9-23.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*. Bauru: Edusc, 2004.

BELLIGNI, Silvano. Hegemonia. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs.). *Dicionário de Política*. Brasília: UNB, 1998. v. 1. p. 579-581.

BENHAMOU, Françoise. *A Economia da Cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BENSAÏD, Daniel. *Marx e as crises*. 2009. Disponível em: <<http://www.marxists.org/portugues/bensaid/2009/08/marx.htm>>. Acesso em: 23 nov. 2010.

BOLAÑO, César. *Indústria cultural: informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Cultura é um bom negócio*. Brasília, 1995.

CARCANHOLO, Reinaldo. *Interpretações sobre o capitalismo atual*. Buenos Aires: Revista Herramienta, 2008. Disponível em: <<http://www.herramienta.com.ar/foro-capitalismo-en-trance/interpretacoes-sobre-o-capitalismo-atual>>. Acesso em 07 nov. 2011.

CARVALHO, Sérgio de. A politização do movimento teatral em São Paulo. In: _____. *Introdução ao Teatro Dialético: experimentos da Companhia de Latão*. São Paulo: Expressão Popular, 2009. P. 155-164.

CHAUI, Marilena. Sobre o nacional e o popular na cultura. In: _____. *Cidadania cultural: o direito à cultura*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006. p. 15-64.

DIMAGGIO, Paul. *CanCultureSurvivethe Market Place?* Program on Non-Profit Organizations Institutions for Social and Policy Studies, Working Paper n° 62, Yale University, 1983.

GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 1978.

_____. *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. v.3.

_____. Alguns aspectos teóricos e práticos do “economicismo”. In: SADER, Emir (org.). *Gramsci – poder, política e partido*. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

HARVEY, David. *O Novo Imperialismo*. São Paulo: Loyola, 2004.

_____. *Neoliberalismo: história e implicações*. São Paulo: Loyola, 2008.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Publicidad y consumo: crítica de la estética de mercancías*. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos: O breve século XX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

Mészáros, István. *O desafio e o fardo do tempo histórico: o socialismo no século XXI*. São Paulo: Boitempo, 2007.

MARX, Karl. *El Capital: Crítica de la Economía Política*. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1946.

OLIVIERI, Cristiane Garcia. *Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura*. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

PAULANI, Leda. *Modernidade e discurso econômico*. São Paulo: Boitempo, 2005.

PIKETTY, Thomas e SAEZ, Emmanuel. Income Inequality in the United States, 1913-1998. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 118, n. 1, pp. 1-39, fev. 2003.

PORTELLI, Hugues. *Gramsci e o bloco histórico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. São Paulo: Pioneira, 2003.

REYES, Pedro. *Surplus Reality: texto na íntegra sem censura*. Porto Alegre, 2009.

RUBIM, Antonio Albino Canela. Políticas culturais no governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. In: RUBIM, Antonio Albino Canela; BAYARDO, Rubens (orgs.). *Políticas culturais na Ibero-América*. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 51-74.

_____. Políticas culturais no Brasil: itinerários e atualidade. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTOS, Valérios (Org.). *Economia da arte e da cultura*. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

RUSHTON, Michael. Financiamento público y las artes del espectáculo en los Estados Unidos. In: ELIA, Carlos M. M. *La economía del espectáculo: una comparación internacional*. Barcelona: Bissap Consulting, 2009. p. 39-58

VALIATI, Leandro e FLORISSI, Stefano. *Economia da cultura: bem-estar econômico e evolução cultural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

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

ŽIŽEK, Slavoj. *First as Tragedy, Then as Farce*. Palestrana Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce. Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=hpAMbpQ8J7g>>. Transcrição da palestra disponível em: <<http://mindgatemediacom/artscience/the-ethical-implications-of-charitable-capitalism/>>. Acesso em: 23. Nov. 2010.

_____. *Primeiro como tragédia, depois como farsa*. São Paulo: Boitempo, 2011.