POLÍTICA E PRODUÇÃO CULTURAL NO CEARÁ (1960-2014): a formação de um campo

Rachel Gadelha¹

Alexandre Barbalho²

RESUMO

O artigo investiga como as distintas políticas culturais, especificamente aquelas relacionadas ao financiamento da cultura, influenciaram as conformações do setor da produção cultural no Ceará entre os anos 1960 e 2014. O objetivo do texto é compreender como estas políticas impactaram e ainda impactam a produção cultural, não só no aspecto do desenvolvimento da atividade e ampliação do campo, mas também na indução de discursos, valores e fazeres. Nosso recorte empírico tem como referência o trabalho de profissionais que lidam com a cultura, propondo e realizando seus projetos no Ceará. Por meio de entrevistas semiestruturadas com os produtores, buscamos perceber diferenças de atitudes e percepções, identificando quais são e como ocorrem. Como resultado, constatamos que as trajetórias dos produtores culturais foram se adaptando às políticas de financiamento o que resultou em três tipos/gerações distintos: 1960-1970; 1980-1990; 2000 em diante

PALAVRAS-CHAVE: Política cultural. Produção cultural. Campo. Mercado.

¹ Graduada em Ciências Sociais (UNICAMP), mestre em Políticas Públicas e Sociedade (UECE) e Mestre em Gestão Cultural (Universidade de Barcelona). E-mail: rachelgadelha@gmail.com

² Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Professor dos Programas de Pós-Graduação em Políticas Públicas (UECE) e Comunicação (UFC). E-mail: alexandrealmeydabarbalho@gmail.com

Introdução

O discurso acerca do papel estratégico da cultura para o desenvolvimento humano, social e econômico marcou o campo cultural nos últimos anos. Nesse contexto, as diretrizes estabelecidas pelo Ministério da Cultura (MinC) durante o governo Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010) possibilitaram a ampliação de um mercado cultural, com gradativo deslocamento de estratégias e ações dos centros urbanos nacionais para outras regiões e pequenos municípios no país. A possibilidade de dar vazão a essa imensa demanda represada impôs uma maior organização do sistema cultural, tornando cada vez mais complexas as relações de troca e de poder no campo (BARBALHO; RUBIM, 2007; CALABRE, 2009).

O Ceará viveu e absorveu, a seu modo, as políticas culturais no país nos últimos anos. Sede da primeira secretaria estadual de cultura do Brasil, criada em 1966, e tendo assumido, em alguns momentos, posições relevantes nesse setor (BARBALHO, 1998; 2005), o Estado estabeleceu uma forte parceria com o MinC durante as gestões dos ministros Gilberto Gil e Juca Ferreira, a despeito do governo cearense ser de oposição à aliança política federal (BARBALHO; BEZERRA, 2013).

Para atender às novas diretrizes da política cultural federal, a política estadual investiu, por exemplo, no lançamento de editais, entendidos como instrumentos públicos de seleção de projetos culturais que deveriam

contrabalancear a lógica de mercado das leis de incentivo à cultura. Essa modalidade de financiamento provocou mudanças no campo, tanto pela sua capacidade de direcionar o apoio a segmentos específicos de interesse do Estado, como também pela possibilidade de acesso a agentes que não conseguiam viabilizar seus projetos por meio das referidas leis.

Tais mudanças nas instâncias organizativas da cultura incidiram de forma particular no trabalho dos produtores culturais, em especial daqueles que ingressaram no mercado nos últimos anos impelidos por aptidões, qualidades empreendedoras e afinidades pessoais. Contudo, ao mesmo tempo em que os produtores culturais tiveram sua atuação moldada pelas políticas públicas, também trouxeram novas conformações ao setor, criando projetos culturais e demandando respostas e posicionamentos do poder público. Assim, um importante fluxo de forças se estabeleceu no período recente do Brasil, em uma intensa relação de troca e interdependência, nem sempre harmoniosa e convergente.

Todas essas configurações implicam na produção de diferentes saberes, rotinas e percepções sobre o próprio setor da produção cultural. São diversos percursos individuais que se configuram como disposições incorporadas e princípios geradores de práticas, segundo a noção de *habitus* em Pierre Bourdieu (2008), gerando tensões em um processo de interação entre múltiplos agentes em relações de poder e busca de espaço em um

campo social. Agentes que não disputam apenas verbas, mas também reconhecimento, prestígio e apoio, afinal, como lembra Bourdieu, “é a própria luta que faz a história do campo; é pela luta que essa se temporaliza” (BOURDIEU, 2008, p.88).

Nesse trabalho investigaremos como as distintas políticas culturais nos âmbitos federal e estadual, especificamente aquelas relacionadas ao financiamento da cultura, influenciaram as conformações do setor da produção cultural no Ceará. O que nos instiga é o desejo de investigar como estas políticas impactaram e ainda impactam a produção cultural, não só no aspecto do desenvolvimento da atividade e ampliação do campo, mas também na indução de discursos, valores e fazeres. Nosso recorte empírico tem como referência o trabalho de profissionais que lidam com a cultura, propondo e realizando seus projetos no Ceará, ou seja, atuam no campo criando e desenvolvendo iniciativas culturais. Como estes produtores necessitam de recursos financeiros para viabilizar seus projetos, estão em interface permanente com as políticas públicas de financiamento à cultura.

Os entrevistados são agentes que se reconhecem como produtores culturais e que se encontram no exercício da profissão. Residem em Fortaleza, apesar de atuarem em diferenciados municípios do estado. Dirigem empresas ou instituições culturais, se responsabilizam pela

proposição e/ou realização de projetos culturais próprios, estando sujeitos às correlações de força do campo cultural e envolvidos nas múltiplas dinâmicas do campo, e que tem a atividade cultural como fonte de renda prioritária, ou seja, encarada como categoria profissional.

Buscamos revelar as percepções e os aspectos da trajetória dos agentes que faziam produção cultural no final da década de 1960 e por toda a década de 1970; dos que iniciaram a atividade com a criação das políticas de financiamento à cultura - federais e estaduais – nas décadas de 1980 e 1990; e daqueles que ingressaram na área já na vigência das novas diretrizes políticas do século XXI. Para tanto, foram selecionados 20 produtores que ocupam lugares distintos no campo, o que confere aos depoimentos visões diferenciadas e complementares, possibilitando a recomposição da riqueza e da diversidade dos fluxos e redes estabelecidas no âmbito da cultura.

Por meio destas entrevistas, buscamos perceber diferenças de atitudes e percepções e compreender quais foram os fatores que influenciaram sua profissionalização. Intentamos captar a percepção dos entrevistados sobre os processos vividos, as principais mudanças e seu olhar sobre o cenário atual. Por fim, por meio dos depoimentos, registramos a visão dos entrevistados sobre o lugar e a importância do produtor no campo da cultura.

1. Precisando a definição de produtor cultural

Neste artigo, entendemos como produtor cultural o profissional que cria e executa projetos artísticos e culturais e que não restringe sua atuação só ao âmbito operacional, mas toma para si a responsabilidade de concepção, planejamento, intermediação e mobilização de recursos para viabilizar a execução de suas propostas. Nessa definição, ainda que parcial por ser incapaz de dar conta da totalidade da categoria, enfatizamos a capacidade intelectual e criativa do produtor de apresentar iniciativas de relevância cultural e de torná-las viáveis.

Uma das primeiras questões a serem consideradas é a própria noção de profissionalização. Esta precisa ser relativizada, pois a atividade ainda não está regulamentada e não possui sindicatos ou entidades fortes que a representem como categoria³. Os produtores, mesmo os pequenos empresários, trabalham em prol de suas iniciativas culturais com o objetivo de viabilizar não só suas ideias, mas seu próprio sustento. Muitos trabalham como prestadores de serviço, em um mercado sazonal e frágil em sua base de sustentação. Dessa forma, apesar de já serem representados por pessoas jurídicas (o que denotaria certo grau de amadurecimento da atividade), observa-se um elevado grau de insegurança e instabilidade em uma perspectiva de futuro desses profissionais que, em sua maioria, não contam

³ Existe uma entidade intitulada Associação Brasileira de Produção Cultural (ABPC) mas que não tem ainda penetração em âmbito nacional.

com um sistema de previdência, nem de aposentaria e direitos trabalhistas.

Essas constatações nos remetem a algumas reflexões sobre a administração do capital humano na contemporaneidade. Segundo Boltanski e Chiapello (2009), a partir dos anos 1980, a introdução do conceito de flexibilidade na nova organização do trabalho, possibilitou transferir para os assalariados, subcontratados e prestadores de serviço o “peso das incertezas do mercado”. Passa a ser cada vez mais utilizada a mão de obra maleável, na forma de empregos precários, temporários e autônomos; contratados por temporadas, jornadas ou horas. No caso dos produtores, por projetos. Esse caráter da atividade profissional do produtor é fortemente estimulado pelo sistema de financiamento à cultura, base de sustentação do mercado e de seu campo de atividade, que se ancora, como já vimos, nas leis de incentivo e editais.

Como a possibilidade de uma atuação profissional no campo da produção cultural é recente, nasce diretamente imbricada com essa nova cultura gerencial, que é coordenada por determinados valores econômicos, que migraram para outros domínios da vida social e

“ganharam um forte poder normativo, instituindo processos e políticas de subjetivação que vem transformando sujeitos de direito em indivíduos – microempresas – empreendedores” (GADELHA, 2009, p.144).

Espera-se, nesse novo regime, que um trabalhador seja capaz de se agenciar, de utilizar todas suas capacidades humanas para desenvolver-se plenamente. O trabalhador (que agora passa a ser um colaborador) é seduzido pela “perspectiva de trabalhar para um projeto interessante, que valha a pena, coordenado por uma pessoa excepcional, cujo sonho vai ser compartilhado”. (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p.122). Criam-se, assim, novas formas de estímulo para substituir as carreiras hierárquicas, que serão substituídas por uma sucessão de projetos.

Assim se constitui a atividade da produção cultural, onde nem bem se executa um projeto, já se tem que viabilizar o próximo. O sistema de financiamento à Cultura não lhe oferece garantias e as políticas públicas não contemplam iniciativas que assegurem sua “proteção”. É, pois, uma atividade que se vem se configurando como profissão no centro dessa perspectiva do trabalhador/empreendedor. Nas palavras de Gorz,

“a pessoa deve, para si mesma, tornar-se uma empresa; ela deve se tornar, como força de trabalho, um capital fixo que exige ser continuamente reproduzido, modernizado, alargado, valorizado... Ela deve ser sua própria produtora, sua própria empregadora e sua própria vendedora” (GORZ, 2005, p.23).

Para dar conta dessa tarefa de produzir-se como agente competitivo e portador de boas ideias, o produtor precisa apresentar qualidades de comportamento “expressivas e imaginativas”, onde não conta só sua inteligência,

saber e atitudes, mas suas relações e a capacidade de se viabilizar e permanecer inserido no campo. Desempenho esse cuja performance será avaliada também por meio da implicação subjetiva do produtor, por sua motivação e envolvimento nos projetos que realiza.

1. Políticas de incentivo à cultura no Brasil e no Ceará: leis e editais

Com o fim do regime militar e o início da redemocratização ocorreram importantes mudanças nas políticas culturais, dentre elas a introdução do incentivo fiscal à cultura que se tornaria o principal modelo de financiamento à cultura no país transformando profundamente a produção cultural no Brasil.

A primeira das leis de incentivo foi a Lei 7.505/86, promulgada na gestão de Celso Furtado, ministro da Cultura no governo Sarney (1985-1990). O mecanismo da Lei Sarney, como ficou conhecida, permitia a dedução de 10% do Imposto de Renda de pessoas físicas e 2% de pessoas jurídicas para utilização em projetos culturais e se configurava numa tentativa de minimizar a dependência do Estado como fonte quase exclusiva de recursos para a imensa demanda represada em todo o Brasil e a conseqüente atração de novos “investidores” para a cultura (FURTADO, 2012).

A utilização desse tipo de mecanismo apresenta aspectos que merecem ser destacados: em primeiro lugar, trata-se de uma lei de incentivo, portanto, instrumento de política econômica, comumente utilizados na estratégia

geral de promoção de indústrias nascentes, como forma de influenciar e/ou modificar a conduta de agentes econômicos (CORREIA, 2010). Outro aspecto relevante, destacado por Silva, é a de que a escolha da adoção de incentivos fiscais se deu em um contexto onde o “orçamento com a cultura era um dos menores da República”, revelando uma fragilidade central, uma vez que “o financiamento é um dos mais poderosos mecanismos para se viabilizar uma política pública” (SILVA, 2007, p.184).

No governo seguinte, de Collor de Mello (1990-1992), continuou-se apostando no mecanismo de renúncia fiscal com a criação, no final de 1991, da Lei 8.313 que instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura - Pronac. A lei tinha a finalidade de captar e canalizar recursos para a cultura, suprindo a lacuna deixada com a extinção da Lei Sarney. Para isso, trouxe novas exigências, processos e instrumentos de fiscalização.

O Pronac tem três tipos de mecanismos. O Fundo Nacional de Cultura – FNC, administrado pelo próprio MinC, e que se destina a projetos artísticos e culturais que atendam aos interesses da coletividade, priorizando aqueles que tenham pouco atrativo mercadológico e, portanto, menos possibilidades de desenvolvimento com recursos próprios. O segundo mecanismo previsto é o Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART, que se destina a projetos com um potencial de lucratividade, que possam atrair possíveis investidores na forma de condomínio, sem personalidade jurídica,

caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos.

O terceiro mecanismo trata do Incentivo a Projetos Culturais, que passou a ser popularmente conhecido por Mecenato ou Lei Rouanet, em alusão ao intelectual e diplomata Paulo Sérgio Rouanet, à época Secretário da Cultura e criador da Lei. Tem como princípio a renúncia fiscal por parte do governo e foi concebido como um instrumento de estímulo à participação da iniciativa privada no apoio a projetos culturais, previamente aprovados pelo Ministério. Por intermédio dele, pessoas físicas podem repassar até 6% do imposto de renda devido para o projeto, ou empresas tributadas com base no lucro real podem repassar até 4% do seu imposto para o projeto que lhe convier.

Em 1993, pressionado pelos produtores de cinema, o presidente Itamar Franco (1992-1995) promulgou a Lei 8.685, a Lei do Audiovisual, onde além de deduzir integralmente o apoio oferecido a um projeto audiovisual, o patrocinador ainda poderia lançar esse recurso como despesa, ampliando ainda mais seu benefício.

Durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) foi feito um trabalho de aproximação do empresariado brasileiro com os mecanismos de renúncia fiscal tanto da Lei Rouanet, quanto a do Audiovisual. Para tanto, o então ministro da Cultura Francisco Weffort empreendeu esforços para dar consistência, agilidade e aumentar o volume de recursos e projetos

incentivados. O que resultou na reforma na Lei em 1995, com o objetivo de ampliar o limite de desconto para as empresas patrocinadoras, desburocratizar os procedimentos para agilizar a obtenção dos recursos e estimular a formação de um mercado de captação, reconhecendo a atividade de intermediação para o profissional empenhado na captação dos recursos, o que deu impulso à profissionalização do produtor cultural (MOISÉS, 1988).

Em 1997, uma Medida Provisória trouxe para a Lei Rouanet a possibilidade de dedução integral do patrocínio para algumas linguagens artísticas, atendendo a pressão de setores mais organizados e também como forma de favorecer expressões artísticas de menor atratividade mercadológica. A Lei, que ainda viria a sofrer inúmeras alterações, ao incluir novas categorias entre os beneficiados com 100% de isenção fiscal, gerou uma cultura de dependência e acomodação da iniciativa privada, que passou a optar pelo apoio a projetos que permitem a dedução integral do imposto de renda. Assim, estabeleceu-se um círculo vicioso, que terminou por minar a intenção original de injetar novos recursos para a Cultura e que permanece até hoje como um problema a ser enfrentado.

Gradativamente, a Lei Rouanet passou a fazer parte do cotidiano de artistas e produtores culturais, favorecendo a formação de um mercado cultural e de projetos financiados sob o prisma do marketing cultural, onde sobressaíam aquelas iniciativas culturais com maior poder de visibilidade

e retorno para a imagem da empresa. Sua utilização privilegiou um modelo de gestão da cultura com base em uma valorização de projetos com maiores atrativos mercadológicos, uma cultura de ações pontuais e pouco sistêmicas com base em “projetos” e uma acirrada disputa por verbas, que agora além de depender do aval do Estado passava a depender também da aprovação das empresas (OLIVIERI, 2004; REIS, 2006).

Em 2003, Luís Inácio Lula da Silva assume a presidência do Brasil, com a pretensão de introduzir novos valores sociais e políticas sociais redistributivas, que repercutiram nas políticas culturais. Foi nessa gestão que se assistiu com mais vigor o ingresso de outro mecanismo de incentivo à cultura: os editais, instrumentos de seleção para escolha de projetos a serem financiados pelo poder público, direcionados a segmentos culturais e sociais estabelecidos como prioritários pelo Estado.

Financiados diretamente com recursos do Fundo Nacional de Cultura, os editais têm duas características fundamentais que os distinguem do mecanismo das leis de incentivo: eliminam a necessidade da intermediação da iniciativa privada, uma vez que a aprovação em um edital assegura o repasse direto de verbas segundo o projeto proposto; e o direcionamento por parte do poder público, que enuncia e explicita as áreas de interesse e configurações dos projetos que devem ser incentivados.

A política de editais pode também ser um recurso a ser utilizado

como auxiliar de políticas afirmativas, induzindo a promoção de setores culturais de interesse para as políticas públicas vigentes ou setores em que o Estado considera necessária uma atuação mais diretiva o que revela a necessidade de diálogo do MinC com os movimentos sociais, sendo direcionados a entidades sem fins lucrativos.

Gradativamente os editais passaram a fazer parte da rotina daqueles que precisam de financiamento para seus projetos culturais. Lançados em datas dispersas ao longo do ano, estes mecanismos de seleção pública preveem incentivo para produção de diferentes linguagens artísticas, festividades populares, datas comemorativas, culturas tradicionais, processos criativos, festivais etc, envolvendo um espectro mais diversificado de iniciativas culturais.

Os editais podem ser compreendidos como um recurso onde a sociedade se torna parceira do Estado na busca da resolução de problemas sociais que afligem o país. Em sua maioria, os editais solicitam contrapartidas sociais e demandam a realização de projetos que promovam algum tipo de inclusão, acessibilidade, promoção social, desenvolvimento territorial e valorização de segmentos excluídos etc. O entendimento da cultura como recurso converge com o que é praticado em outros países, onde, de acordo com Miller e Yúdice (2004), vem sendo utilizada progressivamente para a obtenção de fins sociopolíticos

e econômicos e minimização de problemas sociais.

No caso do Ceará, em 1995 foi criada a Lei de Incentivo à Cultura, Lei 12.464, conhecida como Lei Jereissati em alusão ao então governador Tasso Jereissati (1995-2002). Inspirada na criação da Lei Rouanet, a lei instituía dois mecanismos de incentivo à cultura: o Fundo Estadual de Cultura (FEC) e o incentivo a projetos culturais, conhecido como mecenato cultural. O FEC volta-se para incentivo e financiamento de atividades culturais tradicionalmente não absorvidas pelo mercado formal. O Fundo apoia até 80% do valor do projeto proposto por órgãos municipais ou estaduais de cultura e entidades culturais de caráter privado sem fins lucrativos, cabendo ao proponente a contrapartida de 20%.

Já o mecenato cultural autoriza que o proponente capte no mercado, com instituições pagadoras do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o apoio necessário à realização de sua iniciativa. Segundo esse mecanismo, existem três modalidades de repasse de verbas: a doação com dedução de 100% do valor do projeto aprovado; o patrocínio com repasse de 80% do valor total e a necessidade de uma contrapartida de 20% pelo proponente do projeto e a modalidade de investimento, que prevê o repasse de apenas 50% do valor total. Todas preveem diferentes condições de visibilidade à marca da empresa investidora.

A Lei Jereissati, juntamente com novas políticas públicas imbuídas de uma visão mais estratégica do setor, estimularam a dinamização do campo cultural, injetando novos recursos para a cultura no Estado e contribuindo para a formação de um mercado local mais ativo e diversificado. O Ceará viveu, a seu modo, o período de ascensão do marketing cultural e da modernização da cultura (BARBALHO, 2005).

Em 2006, já na gestão do governador Lúcio Alcântara (2003-2006) e sob os auspícios da era Lula, a Lei Jereissati foi revisada e sancionou-se uma nova legislação para o financiamento à cultura no estado (Lei 13.811), que, acompanhando as atuais diretrizes da política cultural nacional, instituiu o Sistema Estadual de Cultura. Além de ter como um de seus objetivos a integração ao Sistema Nacional de Cultura, o novo mecanismo engloba conceitos como diversidade e pluralismo, cidadania cultural, inclusão social, acessibilidade e participação da sociedade, dentre outros. Prevê ainda a realização de editais por parte do poder público a ser financiado com recursos do Fundo Estadual de Cultura e como instrumento para assegurar a nova política de acesso democrático de toda a sociedade aos investimentos governamentais. Assim, acompanhando as mudanças ocorridas no campo da cultura no país, os agentes culturais do Ceará passam a conviver com as leis de incentivo e os editais como fontes fundamentais para a execução de seus projetos, que se somam à Lei Rouanet e aos editais federais.

2. O setor da produção cultural no Ceará

Nesta parte final do artigo apresentaremos o setor da produção cultural no Ceará, com foco nas diversas relações que nele se configuram. Nosso objetivo é, por meio da memória vivida no próprio contexto, compreender o seu processo de conformação, apreendendo alguns de seus significados e repercussões. O fio condutor foram os conteúdos dos depoimentos coletados com os produtores, por meio de entrevistas semiestruturadas.

Buscamos, nas entrevistas, oferecer espaço para um discurso autorreflexivo, onde o entrevistado pudesse falar sobre si, sua história e seu próprio campo. O sentido não era buscar dados concretos e informações precisas e cronológicas sobre a atividade, mas captar o sentimento, a percepção, as impressões e interpretações desses protagonistas sobre seu lugar no campo da cultura e sobre o próprio campo.

Como foi antecipado na introdução, a partir da análise de seus depoimentos, os entrevistados foram distribuídos em três grupos distintos: o primeiro, formado por produtores que começaram sua carreira na produção cultural antes da criação das leis de incentivo; o segundo, formado por produtores que identificam sua “profissionalização” em um processo de relação direta com as leis, federal e estadual, no Ceará; já o terceiro grupo iniciou suas atividades já no século XXI, na gestão

do presidente Lula, encontrando um campo maior de possibilidades de atuação e políticas culturais mais expressivas.

Alguns desses entrevistados são provenientes de distintos municípios do interior do Ceará; no entanto, afirmam que, para atuar profissionalmente na área da cultura, tiveram que migrar para Fortaleza. Apesar de já terem desenvolvido atividades culturais em suas cidades, sentiram em determinado momento, o campo limitado, com poucas possibilidades de subsistência e formação restritas, fazendo com que, apesar de eventualmente continuarem a manter laços e iniciativas pontuais em seus municípios, passassem a atuar na capital.

É importante registrar que essa divisão em grupos não tem contornos e limites rígidos e se dá apenas por uma necessidade metodológica. Apesar de os grupos guardarem algumas distinções, atuam juntos no mercado, em correlação de forças e disputas dentro do mesmo campo na atualidade. Posta essa observação, passaremos a descrever cada um dos grupos, utilizando nomeações que, longe de corresponder à sua totalidade, ressalta algumas características mais marcantes.

Grupo 1– Produtores/Artistas

Para a composição deste grupo foram entrevistados seis produtores culturais, cujas identidades serão resguardadas na análise que segue. Fazem parte desse conjunto: cineastas, músicos, gestores de associações culturais,

produtores de projetos relacionados às culturas populares e diretores de festivais culturais e eventos de grande porte. Alguns ocupam mais de uma dessas atividades simultaneamente.

Os mais experientes, iniciaram seu trabalho no campo da cultura ainda no final da década de 1960. A maior parte, porém, ingressou nos anos 1970. Esse grupo foi afetado pelas repercussões da contracultura e teve, nesse período, uma atuação artística marcada por um posicionamento ideológico de esquerda e de contestação.

Os que vieram do interior do estado trouxeram uma bagagem cultural fortemente associada às culturas populares tradicionais e, com ela, a temática da valorização da identidade cultural. Os entrevistados desse grupo deixaram transparecer a convivência com o campo cultural desde uma idade tenra e a naturalidade dessa relação tem como base a família, a comunidade local ou a escola. Uma vez na capital, disputaram com outros agentes a legitimação e afirmação de suas culturas.

No interior do estado, as atividades realizadas eram comumente associadas a agremiações escolares. Por sua vez, as manifestações artísticas e culturais da capital tinham forte relação com o ambiente universitário, o que evidencia o poder da instituição educacional enquanto instância consagrada. Grupos diversos vinham de cidades do interior ou de bairros da periferia para ter acolhida no ambiente da universidade.

Os entrevistados relatam a existência de vínculos mais próximos e solidários com a comunidade onde se inseriam. A prática da cultura e da atividade artística era feita de maneira mais simples e artesanal, em um sistema de compartilhamento e apoio mútuo. As produções artísticas se davam, muitas vezes, de maneira coletiva. Vivia-se uma efervescência criativa e o que prevalecia era a relevância da manifestação estética e não necessariamente a qualidade técnica, ou no dizer de um deles: “Era um período efervescente, inquieto. Tudo era ideológico e visceral”. Partilhava-se um sonho.

Interessa observar que, mesmo que não havendo um mercado consolidado, a maioria dos entrevistados não cogitava viver sem o contato com a cultura, mesmo que para isso tivessem que buscar outras fontes de renda paralelas, que possibilitassem, paradoxalmente, “viver de arte”. Nesse sentido, era fundamental a busca de uma segurança profissional em alguma instituição que assegurasse a sua subsistência mínima. Muitos obtinham emprego no próprio poder público.

Nesse sentido, como não havia fonte de renda assegurada, nem leis de incentivo ou políticas consolidadas de financiamento à cultura, a realização de um projeto cultural, como a simples gravação de um disco, poderia durar vários anos. Trabalhava-se por etapas. O apoio vinha da rede de relacionamento dos artistas (amigos, parceiros, empresários de pequeno porte, agremiações políticas, etc) e, eventualmente, de pequenos

patrocínios do poder público (órgãos da cultura ou outros) e da universidade. Raras vezes esse apoio vinha em forma de dinheiro, fazendo-se presente principalmente por meio de permutas de serviços, pagamento direto de fornecedores, empréstimos, cessões, trabalho voluntário, etc. Muitas vezes, os produtores/artistas investiam em seus projetos e colocavam suas economias para financiar suas iniciativas.

Não havia a prática da elaboração de projetos complexos com objetivos, metas a serem alcançadas, contrapartidas, resultados esperados, cronogramas e planilhas orçamentárias. Também não era necessário fazer uma prestação de contas. Essa se efetivava por meio da própria comprovação do projeto, fosse ele um produto ou um evento. Os apoiadores também recebiam seus agradecimentos em forma de discos, livros, ingressos para shows, etc. As contrapartidas eram negociadas caso a caso.

Uma das características mais marcantes desse grupo é que nenhum dos entrevistados iniciou-se no campo com o desejo explícito de ser produtor cultural. Todos se autodeclararam artistas que ingressaram na atividade da produção por uma absoluta necessidade de viabilizar suas expressões artísticas e, às vezes, de seus colegas. A produção era simplesmente um meio e não uma atividade em si. Até hoje, os entrevistados desse grupo trazem essa dicotomia no desempenho de suas atividades.

Observa-se que os produtores que consultamos continuam a realizar seus projetos culturais, mas não o fazem sob uma perspectiva empresarial. Vivem com padrões financeiros módicos e têm restrições ao desenvolvimento mercadológico do mercado da arte. Desenvolvem outras atividades para assegurar sua subsistência, realizam projetos com intervalo espaçados de tempo e tem como resistência a crença e o desejo de fazer somente a arte que lhes interessa e a busca de um equilíbrio entre a carreira de gestor e artista. Portanto, ainda há um estranhamento na relação com a produção, pois a opção primeira é por ser artista.

Grupo 2 – Produtores / Empreendedores

O segundo grupo é formado por produtores que ingressaram na atividade nas décadas de 1980 e 1990. Foram, ao total, nove entrevistados, que atuam profissionalmente na área e têm a atividade de produção/gestão cultural como fonte de renda exclusiva e/ou prioritária. Todos estão à frente de projetos culturais realizados no Ceará, nas mais diversas expressões artísticas, com visibilidade nacional. Sete deles dirigem empresas culturais, criadas no final da década de 1990 ou início dos anos 2000, e são responsáveis pela contratação de outros profissionais da área, ocupando uma posição de liderança no campo. Dois deles atuam com associações culturais e gestão pública, mas também estão à frente de grandes projetos culturais.

Os integrantes desse grupo usufruíram como consumidores de cultura um ambiente artístico-cultural formado, em grande parte, pelos agentes do grupo anterior. Jovens, já participavam dos movimentos culturais realizados em Fortaleza, que se davam em torno principalmente de apresentações e formações de grupos artísticos, e que começavam a ganhar novos contornos.

Mesmo que ainda se observasse um papel importante da universidade nesse período, já começava a ganhar mais visibilidade alguns outros espaços da boemia, festivais, shows etc. Durante o período da transição democrática, alguns grupos conseguiram “abrigo” em gestões públicas mais receptivas às manifestações artísticas. Havia um ambiente propício ao consumo cultural e à experimentação. Mesmo que não se possa falar na existência de políticas culturais, os relatos trazem a importância decisiva de determinados gestores em lugares estratégicos para a animação do campo.

Um aspecto interessante é que esse grupo traz entre seus membros a presença majoritária de indivíduos que não são artistas e já começaram a atuar, desde o início, sob a perspectiva da organização e intermediação dos processos, ou seja, da produção cultural. Com formação variada, se inseriram no campo em uma condição de tornar viáveis os empreendimentos artísticos e culturais, seja organizando as iniciativas propostas pelo poder

público, seja criando suas próprias iniciativas e buscando os meios para viabilizá-las.

Esses profissionais iniciaram sua atividade como autônomos, participando ativamente de um campo em formação, aprendendo na prática e estimulando outros a se profissionalizarem. Segundo o depoimento de um deles, foi preciso “criar os mecanismos da profissão. Criar rotinas, processos, agendas, etc. Foi preciso botar moral”.

Os membros desse grupo se inserem na atividade em uma época de transição. Vivenciaram o fim do período em que se fazia uma produção de forma artesanal (Grupo 1) e continuam a trabalhar e repensar sua atuação dentro das novas configurações do século XXI (Grupo 3). Essa é sua riqueza e peculiaridade. Nesse período, puderam acompanhar a implantação das políticas de cultura e seus respectivos discursos, a criação das leis de incentivo e dos editais, o desenvolvimento das tecnologias digitais e a ampliação do campo. Todos têm destacada influência na maneira de fazer produção cultural e na “profissionalização” da atividade no Ceará.

Na busca de recursos para seus projetos, esses produtores alcançaram o período onde captação se dava de maneira mais informal e, no próprio exercício da atividade, tiveram que ir se adequando às novas exigências do marketing cultural e às posteriores expectativas das políticas

de democratização e inclusão cultural. Como diz o jargão, “tiveram que trocar o pneu com a bicicleta andando”.

No entanto, apesar de terem alcançado um prestígio no campo e de consolidado a imagem de suas empresas, esses produtores/empreendedores vivenciam diariamente o equilíbrio precário na gestão de suas atividades, uma vez que assumiram responsabilidades e compromissos empresariais e culturais em um setor que ainda é extremamente frágil, sem um mercado de consumidores amplo e, portanto, dependente das políticas públicas em vigor.

Esta geração iniciou desempenhando a função de “produtores de plantão”. Uma vez que não tinham aptidões artísticas determinadas que os inserissem em uma linguagem específica, produziam tudo o que fosse necessário, independente de suas afinidades pessoais. Nesse período, contava-se muito mais com uma atitude do que com uma especialização. Como o mercado era incipiente, fazia-se o que aparecesse e o que fosse necessário. Com o passar do tempo, o campo ganhou maior complexidade e passou a absorver diferentes posições. A maioria desses produtores (na forma de suas empresas ou ONGs) se especializou em determinadas linguagens ou nichos de mercado, onde desenvolve suas produções, apesar de estar apta a exercer inúmeras outras atividades no campo.

Grupo 3 – Produtores/Gestores

O terceiro grupo é composto por cinco produtores culturais que iniciaram sua atuação no campo da cultura depois do ano 2000, com trajetória profissional fortemente influenciada pelas políticas culturais do governo Lula, o que possibilitou a ampliação do seu espectro de atuação. Fato que pode ser observado na própria formação do grupo, que é mais eclética, tendo chegado à produção cultural por meio de distintas influências: movimentos sociais; partidos políticos; influência de ambientes familiares; afinidades pessoais e gosto pelas práticas artísticas.

É um grupo mais heterogêneo, de difícil enquadramento. Não só em sua formação, mas também na sua atuação profissional. Desenvolvem suas atividades sob diversas formas de organização: administrando empresas, participando de associações culturais ou coletivos artísticos, atuando na iniciativa privada e na gestão pública e também como empreendedores individuais, mobilizando outros produtores em prol de seus projetos. Observamos novamente a presença do artista que se tornou produtor para viabilizar suas próprias expressões e crenças.

Apesar das diferenças, o grupo tem em comum o gosto pela cultura e o desejo de produzir suas ideias e viabilizar projetos que representem suas crenças e valores, não somente em forma de eventos e apresentações pontuais. Esses produtores pensam em atividades formativas

e em políticas de educação e desenvolvimento social. Como já iniciaram suas atividades inseridos no contexto das políticas culturais da gestão Gilberto Gil, compartilham com naturalidade os conceitos em vigência como diversidade cultural, inclusão, acessibilidade, etc. Os membros desse grupo apresentam uma percepção do contexto social onde estão inseridos e da necessidade de sua participação política na gestão da agenda da cultura que está sendo construída no estado e no país.

Apesar dessa consciência, observa-se que estes jovens produtores fazem investimentos e esforços permanentes para conseguirem se inserir no mercado, afirmar seus projetos, dar continuidade a estes e ainda subsistir materialmente. Nesse aspecto, observamos que alguns estão em uma posição mais confortável do que outros, pois obtém mais vantagem quem se situa no campo com mais capital cultural, intelectual, político ou econômico.

Como estes produtores não possuem larga experiência, nem ainda empresas com um portfólio extenso, utilizam como aporte no mercado seu capital e sua rede de contatos. Assim, se observa que ora se apoiam nos movimentos sociais, na militância “de esquerda”, na gestão pública, ou ainda em coletivos artísticos. Outros buscam estabelecer uma ampla rede de parcerias políticas, institucionais e até internacionais, criando mecanismos que minimizem a dependência das leis, editais e instabilidades

políticas locais. No entanto, aqueles que não têm esse suporte sentem-se mais fragilizados e numa posição menos competitiva nas disputas e embates travados no campo, o que demonstram na forma de insegurança e angústia.

Os jovens produtores administram seu empreendimento criativo de maneira mais alternativa e menos onerosa do que os membros do Grupo 2, podendo, por vezes, montar suas bases de atuação em casa, em escritórios virtuais ou em empresas formais com menos funcionários fixos e mais terceirizados.

Alguns dos entrevistados já atuaram ou ainda atuam na gestão pública, compartilhando ambas as experiências. São profissionais que investem na sua formação e procuram se aperfeiçoar nos estudos da cultura e em suas competências como uma das formas de possibilitar uma ascensão e desenvolvimento profissional que minimize os riscos da atividade. A virtualidade, multiplicidade de papéis, investimentos na formação e a empregabilidade na gestão pública se configuram como características do grupo em que se encontram.

A percepção da complexidade do campo e o sentimento de que disputam pela obtenção de verbas em condições desiguais com projetos culturais mais antigos e produtoras consagradas é bastante presente. São inúmeros esforços de inserção sem a garantia de espaço para novos projetos. Isso sem falar da necessidade de sobrevivência financeira. É perceptível em

muitos deles um sentimento de angústia, incerteza e frustração. No entanto, são os produtores desse mesmo grupo que, diante dessa dificuldade, estão buscando novas formas de inserção no mercado, melhor formação teórica, maior participação política no campo e fontes alternativas de gestão e financiamento para seus projetos. A dificuldade os faz atuar em grupos e trabalhar com trocas de serviço, pequenos apoios, voluntariado e projetos menos onerosos, lembrando, em alguns aspectos as formas de trabalho empregadas pelos produtores do Grupo 1.

Considerações finais

Analisando a trajetória dos produtores culturais reunidos nos três grupos acima, percebemos como as políticas de financiamento à cultura no Brasil foram conformando a trajetória profissional desses indivíduos e, por consequência, do setor da produção cultural no Ceará. Exatamente na ausência de tais políticas, temos, portanto, uma primeira geração onde predominam os valores culturais em detrimento dos de mercado. Artistas, antes de tudo, que vão em busca, eles mesmos, de viabilizar suas criações, muitas vezes recorrendo ao apoio público por meio de relações pessoais, numa prática conhecida como “política de balcão” (BARBALHO, 1998).

A geração seguinte, já tendo que lidar com as leis de incentivo à cultura, desenvolvem novos valores, saberes e procedimentos. Ao

separarem os ofícios (criador e produtor) entre distintos agentes, estes produtores culturais dão início a um processo de profissionalização que, ainda que lidando com práticas clientelistas, se adapta à lógica da legislação e à do marketing que, de certo modo, reforçam o mesmo vetor, ou seja, o do mercado, posto que as leis federal e estadual de mecenato e a lei do audiovisual transferem às empresas o poder de decisão de quem e o quê patrocinar.

Tal vetor é amenizado no momento em que entra em cena a terceira geração, aquela que começa a atuar no novo milênio, onde vigora um discurso de inclusão nas políticas públicas e ganha vulto o financiamento por meio de editais. Lidando com os novos formatos de trabalho por projeto, próprios ao “novo espírito do capitalismo”, agregam aos valores de mercado os de responsabilidade social, operando a cultura como recurso (YÚDICE, 2004).

Esse percurso que analisamos é próprio à realidade cearense, contudo, balizado que foi por elementos nacionais e mesmo globais, fornece ao conjunto de estudos que só recentemente vem aparecendo sobre o sistema de organização da cultura no Brasil um conjunto amplo de elementos que podem e devem ser comparados a outros contextos de modo a compor um cenário mais complexo sobre os processos de produção da cultura no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBALHO, Alexandre. 2005. *A Modernização da cultura: políticas para o audiovisual nos governos Tasso Jereissati e Ciro Gomes – 1987 / 1988*. Fortaleza: Imprensa Universitária.

_____. 1998. *Relações entre Estado e Cultura no Brasil*. Ijuí: Unijuí.

_____; HOLANDA, Jocastra. 2013. O “partido da cultura”: política cultural no Ceará na Era Lula. In: BARBALHO, Alexandre; BARROS, José Márcio; CALABRE, Lia (org.). *Federalismo e políticas culturais no Brasil*. Salvador: UFBA.

_____; RUBIM, Albino. (org.). 2007. *Políticas culturais no Brasil*. Salvador: UFBA.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. 2009. *O Novo Espírito do Capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes.

BOURDIEU, Pierre. 2008. *A Produção da Crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk.

CALABRE, Lia. 2009. *Políticas Culturais no Brasil dos anos 1930 ao século XXI*. Rio de Janeiro: FGV.

CORREIA, Inês Fernandes. 2010. Do Mecenato ao Marketing Cultural: a evolução do Patrocínio no Brasil. *Organicom*, ano 7, nº13.

FURTADO, Celso. 2012. *Ensaio sobre Cultura e o Ministério da Cultura*. Rio de Janeiro: Contraponto.

GADELHA, Sylvio. 2009. *Biopolítica, governamentalidade e educação*. Introdução e conexões, a partir de Michel Foucault. Belo Horizonte: Autêntica.

GORZ, André. 2005. *O Imaterial: Conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume.

MILLER, Toby; YÚDICE, George. 2004. *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.

- MOISÉS, José Álvaro. 1998. Os efeitos das leis de incentivo. In: *Um Olhar Sobre a Cultura*. WEFFORT, Francisco; SOUZA, Márcio. (Org.). Brasília: Ministério da Cultura.
- OLIVIERI, Cristina Garcia. 2004. *Cultura Neoliberal: Leis de incentivo como política pública de cultura*. São Paulo: Escrituras Editora.
- REIS, Ana Carla Fonseca. 2006. *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. São Paulo: Thomsom.
- SILVA, Frederico A. Barbosa. 2007. *Economia e Política Cultural: Acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos Culturais. Volume 3. Brasília: Ministério da Cultura.
- YÚDICE, George. 2004. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte, UFMG.

POLICIES AND CULTURAL PRODUCTION IN CEARÁ (1960-2014): the formation of a field

ABSTRACT

The article investigates how different cultural policies, specifically those related to financing culture, influenced the conformations of the cultural production sector in Ceará between 1960 and 2014. The aim of this article is to understand how these policies impacted and still impact the cultural production, not only in the aspect of the development of the activity and expansion of the field, but also in the induction of discourses, values and practices. Our empirical cut has built on the work of professionals who deal with culture, proposing and carrying out their projects in Ceará. Through semi-structured interviews with producers, we seek to understand differences in attitudes and perceptions, identifying what they are and how they occur. As a result, we find that the trajectories of cultural producers were adapting to the financing policies, which resulted in three different types / generations: 1960-1970; 1980-1990; 2000-onwards

Keywords: Cultural Policies. Cultural Production. Field. Market