

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

A ECONOMIA SIMBÓLICA DA CULTURA POPULAR SERTANEJO-NORDESTINA

Autor: Elder Patrick Maia Alves

Tese de doutorado apresentada ao
Departamento de Sociologia da
Universidade de Brasília|UnB como
parte dos requisitos para obtenção
do título de doutor.

Brasília, abril de 2009.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

TESE DE DOUTORADO

A ECONOMIA SIMBÓLICA DA CULTURA POPULAR SERTANEJO-NORDESTINA

Autor: Elder Patrick Maia Alves

Orientadora: Doutora Mariza Veloso Motta Santos

Banca: Profa.Dr^a.Mariza Veloso Motta Santos (UnB)
Profa.Dr^a.Maria Angélica Madeira (UnB)
Prof. Dr. Edson Silva de Farias (UnB)
Profa. Dr^a. Maria Celeste Mira (PUC|SP)
Prof. Dr. Frederico Barbosa da Silva (IPEA)
Suplente: Prof. Dr. João Gabriel Lima Cruz Teixeira (UnB)

À memória de minha avó,
Alice Lopes Maia.
À meus pais.
À Luisa Maia.

AGRADECIMENTOS

Quando comecei a erguer esse trabalho algumas pessoas próximas e queridas estavam aqui, outras se sequer conhecia...Gratidão, palavra-TUDO. Me valerei da sua totalidade para arvorar minha saudade e apresentar minha dívida.

Agradeço a Universidade de Brasília (UnB). Seus professores e funcionários, especialmente aos servidores da secretaria da Pós-graduação, Evaldo e Abílio. Agradeço a minha orientadora, Mariza Veloso, pela liberdade, rigor, segurança e confiança. Agradeço ao Cnpq pela bolsa de estudos imprescindível à consecução desta pesquisa. Minha família, gratidão eterna.

Professor Brasilmar, sem a sua amizade e afeto nada disso seria possível. Obrigado. Edson, obrigado. Lídia, sua sutileza e elegância fitam essas páginas. Saudade de São Lázaro. Luisa, minha filha, você existe demais, até me apavora. Fernando Cardoso, amigo na dor e na alegria, na Baía da Guanabara e na Baía de Todos os Santos. Fernando Rodrigues, companheiro de trincheira. Maria, é Clara (muito Clara, bem clarinha...) a manhã que anuncia nossa cidade, que faz da UnB um reservatório de afeto e saudade. Janilce Rodrigues e Evaldo Coutinho, obrigado por ter me feito brasileiro e baiano em Brasília. Osvaldo, grande amigo de poesia, obrigado. Diogo, amigo de reflexividade.....

Agradeço a todo pessoal de Sobradinho, Xande, Cida, Lelé, Daniel, Gustavo, Bruno, Isabel, Rafa, Paulo Gabriel, Angelina, Luíze, Jorge, Gilvan, Celinho, Celina, Maria Paz e outros. Aos Amigos do PET: Bruno, Carlão e Andrés. A meus amigos e amigas do Rio: Paola, Luiz, Fernanda, Clara Leal, Aline, Tiagão e outros. A todo pessoal de Monjolos: Dona Neide, Seu Jair, vó Suíça, Soraia, Janete, Everton, Esmeralda, Paulo, Nieilton e outros. A meus primos, Jarbas e João Pedro. À minha geração de Salvador: Alex, Rosvel, Diego, Moacir, Cabeça, Theo, Léo, Bruno, Maurício, Carlos, Maria Maranhão e outros. Aos amigos do mestrado e doutorado: Maíra, Gilberto, Luiza, Marcela, Guilherme, Cris, Simone, Santiago, Gabriel, Oto, Braitner, Chiquinho da livraria. Wlisses, grande irmão. Muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho tem como horizonte temático as transformações ocorridas no âmbito da produção simbólico-cultural contemporânea, notadamente no que diz respeito às novas faces e fases do processo de *industrialização do simbólico* com as políticas culturais públicas. Diante dessa temática, a pesquisa buscou objetivar precisamente as interfaces entre determinadas políticas culturais públicas e o advento de uma nova *formação discursiva* (o *repertório discursivo UNESCO*) para a estruturação de um mercado de bens e serviços culturais bastante específico, ancorado fundamentalmente no valor social conferido à categorias como *tradição e “autenticidade”*. As interfaces entre os processos mencionados plasmaram uma rede de interdependências assaz complexa, integrada por distintos planos empíricos, tensões políticas e lutas culturais, além de processos intersubjetivos, como o consumo simbólico e a construção social do gosto. O objetivo do trabalho consiste, assim, em desvelar e compreender os principais eixos de tessitura dessa rede, composta simultaneamente por quatro processos: os impactos da intensificação do processo de *industrialização do simbólico* (hoje também *digitalização do simbólico*); o advento de uma nova *formação discursiva* em âmbito transnacional, tributária das lutas político-culturais em defesa da *diversidade cultural, da identidade e das chamadas culturas tradicionais e populares*, lutas essas marcadas pelas novas relações entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*; a implementação de determinadas políticas culturais (como o *Programa Cultura Viva e o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial – PNPI*), que atualizam e potencializam o valor social atribuído às categorias de *tradição e “autenticidade”*, pondo em circulação alguns signos institucionais de *distinção*, como os *pontos de cultura e o título de Patrimônio Cultural do Brasil*, muitas vezes utilizados com objetivos políticos e econômicos; por fim, o consumo simbólico orientado pela busca da experiência de consumir bens e serviços culturais reputados como profundamente *“autênticos” e tradicionais*, como a literatura de cordel, os objetos de barro da arte figurativa e o *forró|baião*, presentes em determinadas linguagens artísticas, como o cinema, o teatro e a literatura. Esses quatro processos conjugados configuram a *economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina*.

ABSTRACT

The thematic horizon of this paper focus on the transformations that occurred in the scope of the contemporary cultural-symbolic production mainly in matters of the new faces and phases of the industrialization of the symbolic process within the public cultural politics. Facing this theme, this research seeked to show precisely the interfaces between the definite public cultural politics and the advent of a new discourse formation (the discourse repertoire of UNESCO) for the structuring of a very specific cultural market of goods and services, anchored fundamentally in the given social value of the categories of tradition and “authenticity”. The interfaces between the mentioned processes has shaped a complex net of interdependences integrated by distinct empirical plans, political tensions and cultural fights beyond the inter-subjective processes as a symbolic consumption and the social construction of taste. The objective of this paper consists thus, in revealing and understanding the main axes of texture of this net, composed simultaneously by four processes ; The impacts of the intensification of the industrialization of the symbolic (today also called digitalization of the symbolic); The advent of a new discourse formation in the transnational scope, tributary of the cultural-political fights in the defense of the cultural diversity , identity and the so called traditional and popular cultures. These fights were marked by the new relations between the categories of culture and development, the implementation of certain cultural politics(such as the show called “Programa Cultura Viva”-Living Culture Show and “Programa Nacional do Patrimônio Imaterial - PNPI”-National Program of the Imaterial Patrimony), that have updated and potencialized the social value attributed to the cathegories of tradition and “authenticity” placing in circulation some distinguished institutional signs such as cultural points and the title of Brazillian Cultural Patrimony, many times used for economical or political purposes, and finally the symbolic consumption guided by the search of the experience to consume goods known as deeply “authentic” and traditional, such as Twine Literature (“Literatura de Cordel”),objects made of adobe from the figurative art and “Forró/Baião”dance, present in some determined artistic languages such as the movies, the theater and literature. These four conjugated processes configure the symbolic economy of the popular “sertanejo”-North.

RESUMÉ

Cette oeuvre a comme horizon thématique les transformations produites dans le domaine de la production symbolique-culturelle contemporaine, spécialement en ce qui concerne les nouvelles faces et phases du procès de industrialisation du symbolique avec les politiques culturelles publiques. En face du thème proposé, la recherche a eu comme but objectiver, avec exactitude, les interfaces entre certaines politiques culturelles publiques et l'avènement d'une nouvelle formation discursive (le répertoire discursive de l'UNESCO) pour l'structuration d'un marché de produits et services culturelles assez spécifique, basé fondamentalement sur la valeur sociale empruntée à des catégories comme tradition et authenticité. Les interfaces entre les procès mentionnés ont dessiné un réseau d'interdépendance assez complexe, intégré par des distinctes plans empiriques, des tensions politiques et des disputes culturelles, en plus, des procès intersubjectives, comme la consommation symbolique et la construction sociale du goût. L'objective de l'oeuvre est de dévoiler et de comprendre les principaux axes du tissu de ce réseau, composé au même temps par quatre procès : les impacts d'intensification du procès d'industrialisation du symbolique (connu aussi comme digitalisation du symbolique) ; l'avènement d'une nouvelle formation discursive dans le domaine transnational, subordonnée par des disputes politique-culturelles qui défendent la diversité culturelle, l'identité et les cultures traditionnelles et populaires, ces disputes, ainsi, sont marquées par des nouvelles relations entre les catégories de culture et développement ; l'implémentation de certaines politiques culturelles(comme le Programme Cultura Viva et le Programme National du Patrimoine Immatériel – PNPI), que misent en nouvelle et potentialisent la valeur sociale attribuées à des catégories de tradition et "authenticité" , en mettant en scène quelques signes institutionnels de distinction, comme les points de culture et le titre de Patrimoine Culturel du Brésil, utilisé plusieurs de fois avec des objectives politiques et économiques ; pour conclure, la consommation symbolique orientée par la recherche de la expérience de consommer produits et services culturelles jugés comme profondément "authentiques" et traditionnelles, comme la littérature de cordel, les objets de d'argile de l'art figurative et le forró/baião, présents dans certaines langages artistiques, comme le cinéma, le théâtre et la littérature. Ces quatre procès conjugués configurent l'économie symbolique de la culture populaire sertanejo -nordestina.

Sumário

<i>Introdução</i>	01
1º Capítulo. Modernização cultural: produção simbólica, construção e usos da categoria de cultura popular.	
1.1 <i>Arte, técnica e memória: o sertão e a formação do seu significado diante do processo de industrialização do simbólico</i>	11
1.2 <i>Crítica e resignação: o trânsito constante entre as categorias nativas e as categorias analíticas: a força política da categoria de indústria cultural</i>	76
1.3 <i>A produção das categorias nativas. Cultura popular e sertão: cultura e política entre os intelectuais-artistas dos anos cinquenta e sessenta</i>	100
1.3.1 <i>O movimento folclórico brasileiro: 1947-1964</i>	105
1.3.2 <i>O ISEB e o CPC da UNE</i>	123
1.3.3 <i>O Cinema Novo</i>	132
2º Capítulo. O advento de uma nova formação discursiva: o repertório discursivo UNESCO.	
2.1 <i>A produção simbólica contemporânea e as novas relações entre as categorias de cultura e desenvolvimento</i>	139
2.2 <i>Diversidade cultural, patrimônio imaterial e identidade: a UNESCO e a conformação de um apelo global</i>	164
2.3 <i>A formação de novas categorias nativas: o sertão diante da economia da criatividade e das indústrias criativas</i>	186
3º Capítulo. Estado, mercado simbólico e políticas culturais públicas: tecendo o sertão.	
3.1 <i>O estado e a dinâmica da economia da cultura no Brasil: política cultural e mercado simbólico</i>	21
4	
3.1.1 <i>Produção: financiamento e trabalho</i>	216

3.1.2 <i>Circulação: equipamentos culturais públicos</i>	225
3.1.3 <i>Demanda e consumo: o consumo institucional, o consumo corporativo e o consumo familiar</i>	230
3.2 <i>O lugar das culturas populares no sistema Minc: o sertão diante do processo de constitucionalização da cultura</i>	238
3.2.1 <i>Cultura Viva: os pontos de cultura como selos institucionais de reconhecimento</i>	253
3.2.2 <i>O PNPI: o sertão e a institucionalização das políticas de patrimônio cultural imaterial</i>	267
3.2.3 <i>O registro da Feira de Caruaru: a formação de um título de distinção</i>	283
3.3 <i>Autenticidade, tradição e identidade cultural-corporativa: o sertão e as empresas culturalmente responsáveis</i>	301
4º Capítulo: os consumidores de emoções: consumindo autenticidade e experimentando o sertão	332
4.1 Considerações finais	359
5. Referencias bibliográficas	361
5.1 Documentos citados e consultados	371
5.2 Sítios consultados	373
5.3 Filmes citados	374
5.4 Ficha técnica dos filmes analisados	375

Introdução

Esse trabalho busca apresentar e analisar os principais feixes de processos empíricos que, em seu conjunto, estruturam hoje no Brasil um mercado de bens e serviços culturais ancorado no valor social conferido à *tradição e “autenticidade” da cultura popular sertanejo-nordestina*. Entre outros aspectos, o *sertão* nordestino, desde as primeiras décadas do século passado, foi classificado e reputado por algumas gerações de intelectuais-artistas brasileiros, notadamente nos anos cinquenta e sessenta, como uma espacialidade que guarda os elementos mais vibrantes e *“autênticos” da cultura e da identidade nacional*. Essa classificação passou por mudanças, sofrendo atualizações e ressignificações. Diante dessas vicissitudes, importa perceber, contudo, em que medida o valor social atribuído à *cultura popular do sertão nordestino* impregna de significado um conjunto de bens e serviços culturais inscritos na experiência de consumo simbólico de determinados *grupos de status* (WEBER, 1994).

Um dos principais eixos de estruturação e consecução de tais serviços e bens culturais são as políticas culturais públicas, formuladas e implementadas por órgãos e instituições da administração cultural pública (nos três níveis administrativos e governamentais: união, estados e municípios), que atuam diretamente como legitimadoras e potencializadoras do valor social conferido às categorias de *tradição e “autenticidade”*. A atuação da administração cultural pública, entretanto, só pode ser compreendida à luz de processos discursivos transnacionais que estreitam as interfaces das políticas culturais desenvolvidas no Brasil com o tema do *patrimônio cultural imaterial, das indústrias da criatividade, do direito autoral* e, sobretudo, das relações contemporâneas entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*.

Com efeito, diante desse arranjo de processos e interdependências, este trabalho buscou apresentar, problematizar e analisar, em cada um dos capítulos que compõem o texto, as condições sociológicas de possibilidades responsáveis pela tessitura de uma *configuração* social assaz complexa e multifacetada, composta por diferentes recursos políticos e culturais, como as mediações contemporâneas entre arte e técnica; as lutas políticas e culturais pela obtenção de títulos institucionais de reconhecimento e *distinção* (selos e prêmios); os usos e contra-usos simbólicos e materiais desses títulos institucionais; além de uma nova trama discursiva tecida em âmbito transacional que, entre outros

aspectos, trouxe para a ordem do dia do planejamento governamental categorias e temas como *indústrias da criatividade, patrimônio cultural imaterial, cultura e desenvolvimento*.

Como de pode depreender, para a tessitura dessa *configuração* social há distintas ordens de processos empíricos, cujas tensões e acomodações concorrem para a estruturação de uma economia de sons, imagens, signos, objetos artísticos, suportes técnicos e linguagens estéticas bastante específica. Diante desse arranjo, ainda durante a confecção e apresentação do projeto de qualificação desta pesquisa¹, cunhou-se o seguinte problema de pesquisa: quais as condições sociológicas responsáveis pela estruturação de uma economia de bens e serviços culturais ancorada fundamentalmente no valor social atribuído às categorias de *tradição e “autenticidade”*? Depurando mais a indagação: sob que condições sociais específicas se atualiza e se potencializa o valor social atribuído à *tradição* e à “autenticidade” das *expressões e manifestações da cultura popular sertanejo nordestina*?

Buscando responder tal indagação, o trabalho de pesquisa foi iniciado por uma investigação simultaneamente teórica e empírica, que consistiu em compreender as complementaridades e tensões envolvendo arte, técnica e mercado cultural no decurso do processo de modernização cultural no Brasil. Tais complementaridades e tensões tiveram como solo comum a regularidade entre os trânsitos simbólicos e urbanos durante o processo de modernização nacional, cujos resultados concorreram, em mios as transformações sociais do século XX, para a formação de determinadas memórias sociais.

O processo de *industrialização do simbólico* (CANCLINI, 2003) diz respeito a um amplo movimento de desenvolvimento de processos sócio-técnicos de produção e transmissão de signos, imagens e sons que, aliado aos processos de urbanização e industrialização, gestou mercados específicos de bens e serviços culturais, responsáveis pela produção de determinados significados e a formação de memórias. Com efeito, a primeira seção do primeiro capítulo busca demonstrar como, através da imbricação entre um complexo de técnicas, linguagens e mercados simbólicos, se instituiu no Brasil um trânsito simbólico permanente entre os espaços urbanos e rurais. O gênero musical *forró|baião*, por exemplo, foi resultado desse trânsito permanente.

É decisivo ressaltar que, para a estruturação da *economia de signos e símbolos da cultura popular sertanejo-nordestina*, cada uma das condições de possibilidades apresentadas e analisadas nos quatro capítulos deste trabalho correspondem a processos

¹ Qualificação de projeto de doutorado, realizada no dia 09 de dezembro de 2006, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (PPG-SOL-UnB).

empíricos interdependentes. Desse modo, o processo de *industrialização do simbólico* não é algo que antecede ou simplesmente contorna o objeto empírico desta pesquisa. Primeiro, o processo de *industrialização do simbólico* é constitutivo das vicissitudes do processo de modernização nacional. É por meio dele e a partir de seus impactos que, na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 2001), a narrativa de significado do *sertão* nordestino ganhou densidade simbólica e caráter nacional. Segundo, foi mediante as reações ao processo de *industrialização do simbólico* (expansão dos mercados culturais urbanos e consolidação do *valor de exposição*) que determinados grupos de intelectuais e artistas assumiram posturas políticas bastante críticas, desdobradas em muitas direções, mas cujos resultados, direta ou indiretamente, acabaram conformando uma espécie de estatuto social da “pureza” e da “autenticidade” ligado a narrativa de significado do *sertão* nordestino. Terceiro, a intensificação do processo de *industrialização do simbólico* nas últimas décadas do século XX corroborou de maneira direta para a ascensão das economias contemporâneas de serviços, no interior das quais os bens e serviços culturais abarcam uma multiplicidade de atividades, simultaneamente econômicas e simbólicas.

Esses três aspectos estão condensados nas três seções que compõem o primeiro capítulo, mas os efeitos e desdobramentos empíricos do processo de *industrialização do simbólico* estão espalhados por todo o texto. Nesse sentido, o processo de *industrialização do simbólico* é uma condição de possibilidade que estrutura e mantém uma regularidade bastante definida, notadamente no que diz respeito às interfaces entre arte, técnica, mercados culturais e a formação das memórias sociais. Essa regularidade aparece hoje como um dos fatores que condiciona a formação institucional de determinadas políticas culturais, as novas relações entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*, assim como o consumo de bens e serviços culturais reputados e experimentados sob o signo da “pureza”, “autenticidade”, *da diversidade e da criatividade artístico-popular*. Em outros termos, é em meio as novas faces e fazes do processo de *industrialização do simbólico* que as *expressões e manifestações* das chamadas *tradições populares* se realizam e tornam-se possíveis, sobretudo no que tange às ações políticas constituídas diante das ameaças de padronização e homogeneização cultural.

O mesmo vale para o tratamento teórico e metodológico dos processos empíricos presentes na organização do segundo capítulo, qual seja, o surgimento de novas categorias político-culturais que, no seu conjunto, apontam para a emergência de uma nova *formação*

discursiva (FOUCAULT, 1986). Tal *formulação discursiva* é marcada pelos desdobramentos simbólicos e políticos derivados das novas relações contemporâneas entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*. A categoria *cultura* era concebida, sobretudo por parte dessas elites nacionais e internacionais, segundo a compreensão tributária dos trechos e convenções publicados pela ONU|UNESCO durante a sua constituição, logo após a Segunda Guerra Mundial. Esses trabalhos, por sua vez, foram informados pelos postulados teóricos da antropologia social², cuja concepção de *cultura* diz respeito a uma totalidade vivida no cotidiano, ou seja, um conjunto abrangente de hábitos, costumes, crenças e valores.

Por seu turno, a categoria *desenvolvimento* (tributária das transformações que o termo *progresso* sofreu desde o final dos anos trinta do século passado) designava um processo ligado às transformações materiais (aumento da infra-estrutura urbana, dos níveis de industrialização, aumento do número de trabalhadores, dinamização das trocas monetárias, aumento dos fluxos comerciais, etc.) de vastos conjuntos de populações, isto é, a modernização material de um modo geral. Até os anos setenta, *cultura e desenvolvimento* eram experimentados, tanto pelas elites técnico-científicas à frente dos estados nacionais (sobretudo os estados latino-americanos em acelerado processo de urbanização e industrialização, como Brasil e México, por exemplo), quanto pelas elites técnico-científicas transnacionais (entre elas muitos cientistas sociais que integravam órgãos do sistema ONU, como a Comissão Econômica para o Desenvolvimento da América Latina – CEPAL), segundo um registro de tensão e antagonismo.

A partir dos anos setenta esse antagonismo foi atenuado e, de lá para cá, os termos passaram a ser acomodados, o que permitiu a operacionalização do que se chama neste trabalho de *repertório discursivo UNESCO*, que, por sua vez, passou a ser o lastro de inspiração teórico-legal da maioria das políticas culturais públicas em todo o mundo. A rigor, o movimento de aproximação e acomodação entre as categorias *cultura e desenvolvimento* e de conformação do *repertório discursivo UNESCO* foi um dos principais responsáveis pela recém valorização das políticas culturais para as *culturas populares* no âmbito da nova arquitetura político-institucional erguida a partir da instauração do Sistema Federal de Cultura (SFC) no Brasil. No entanto, para se compreender essas mudanças e

² Ver, por exemplo, o clássico ensaio intitulado *Raça e cultura*, encomendado pela organização ao antropólogo francês Claud Levi-Strauss.

deslocamentos é preciso voltar a atenção para as transformações econômicas experimentadas a partir do fim dos anos sessenta do século passado.

As referidas mudanças são ao mesmo tempo uma condição e o resultado de constituição das economias de serviços e de estruturação do capitalismo pós-industrial (BELL, 1973). Por exemplo, a expansão do tempo livre durante os anos sessenta e setenta deslocou algumas atividades que antes eram ocupadas com o trabalho cotidiano para as práticas de lazer e diversão. Essas, por sua vez, desencadearam um mosaico de serviços de entretenimento que ampliaram ainda mais a *esfera cultural laica* (WEBER, 1984), cujos rebatimentos foram decisivos para a inserção dos bens e serviços culturais nas contas e nos cálculos da economia mundial. O aumento do tempo livre, não obstante, decorreu do aumento da escolarização e dos processos de intelectualização em geral, demandados pelos novos processos que deram origem as tecnologias da informação e a digitalização dos fluxos informacionais e comunicacionais. Ambos, por sua vez, são faces relacionais de um processo ampliado de desmaterialização das mercadorias e desindustrialização do capitalismo contemporâneo (BELL, 1973). Os efeitos desses processos, como se vê ao longo do texto, deslocaram os bens e serviços culturais para o núcleo das economias de serviços, o que assegurou a pujança político-econômica de uma das novas faces do processo de industrialização do simbólico, que passou a ser também digitalização do simbólico. Diante dessas transformações, alguns organismos de planejamento e de normatização transacionais, como a própria UNESCO, buscaram dilatar os conceitos de *cultura e desenvolvimento*.

A dilatação dessas categorias ocorreu em duas direções. Primeiro, o conceito de *desenvolvimento* foi objeto de uma revisão conceitual que atenuou a ênfase econômico-material de seu registro de significado. *Desenvolvimento*, segundo o sistema ONU, deveria abarcar diversos aspectos da vida social, entre eles, o *desenvolvimento cultural*. A partir dos anos oitenta a organização passou a criar novos índices de aferição do *desenvolvimento*, que cada vez mais passou a ser acompanhado do epíteto “humano” ou em parceria com a categoria de *qualidade de vida*. Esses índices, entre eles o mais notório, o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), deveriam apreender e mensurar aspectos como qualidade de habitação, acesso à educação, acesso à saúde, nível de renda, acesso à produção cultural e o lazer, e não tão somente se ater ao *desenvolvimento* material.

O *desenvolvimento cultural*, um dos critérios das novas formas de mensuração do *desenvolvimento*, não era outra coisa se não um instrumento que buscava estabelecer o grau de acesso aos bens e serviços culturais postos em circulação em todo o mundo, ou seja, do fluxo de serviços e atividades culturais dispostos nos diversos mercados simbólicos – audiovisual, cinematográfico, editorial, fonográfico, etc. Ao se dilatar o conceito de *desenvolvimento* simultaneamente o sistema ONU, acompanhado de outros agentes transacionais, como o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), e governos nacionais, dilatou também o conceito de *cultura*. Por um lado, a totalidade dos hábitos, crenças, costumes e valores continuavam informando a compreensão desses agentes, por outro, o desenvolvimento ampliado (humano) reclamava o acesso ao universo de bens e serviços culturais acionados e intensificados por ocasião das novas faces do processo de *industrialização do simbólico*.

Eis aí o duplo registro que, nos anos noventa, deu origem aos direitos culturais contemporâneos, presentes nas principais convenções e instruções normativas da UNESCO e assinadas pelos países membros, inclusive o Brasil, que nessa década (sobretudo a partir de 2003) passou a acionar esses direitos segundo a categoria de *cidadania cultural*. Esses dois registros estão inscritos no que se chama no decurso desse trabalho de *repertório discursivo UNESCO*. O Brasil se inseriu nesse movimento de dilatação conceitual com vistas a criar matrizes sólidas de justificação de determinadas políticas culturais contemporâneas.

Os efeitos práticos do processo de dilatação conceitual envolvendo as categorias *cultura e desenvolvimento* começaram a ocorrer a partir dos anos noventa. A partir desse momento, o que antes era concebido de maneira tímida e hesitante como economia da cultura ganhou novos contornos conceituais, novas técnicas de planejamento, de gestão governamental e uma nova dinâmica de consumo e fruição. Mediante a ação de alguns governos europeus e das elites técnico-científicas encerradas em organismos como o BID e a UNESCO, o conjunto de técnicas que compunham os complexos artístico-culturais abrangentes nomeados e filtrados segundo o conceito de *indústria cultural* sofreu uma alteração substancial.

Esse complexo que era filtrado e traduzido segundo a categoria de *indústria cultural* passou a perder parte de sua pecha de estigmatização, isto é, as ferozes críticas que lhe eram imputadas. O conceito de *indústria cultural*, através de alguns aspectos trabalhados

no primeiro capítulo, sofreu um esvaziamento, tanto analítico (isto é, enquanto *categoria analítica*) quanto ético-moral (ou seja, enquanto uma posição normativa inscrita em um sistema de lutas culturais). Esse duplo esvaziamento retirou-lhe parte do vigor que possuía. A categoria de *indústria cultural* foi objeto de reformulações que ocorreram, simultaneamente, a conformação de outras, como, por exemplo, a mais importante delas: a categoria de *indústria da criatividade*.

A crítica ético-moral inscritas no conceito de *indústria cultural* derivava, e ainda deriva, da compreensão de que a autonomização e formulação do *valor de exposição* (BENJAMIN, 1980) criou, e ao mesmo tempo foi criada, pela produção em massa dos bens simbólico-culturais, reduzindo assim as possibilidades criativas e propriamente artísticas presentes no *valor de aura*. Em meio ao acervo de mudanças aludidas antes, formulou-se uma compreensão geral nos anos noventa de que a expansão da esfera cultural laica em todo o mundo e, por conseguinte, da economia da cultura, assim como a respectiva diferenciação do consumo e dos *grupos de status* no interior dessas configurações, não poderia ser apreendida nem instrumentalizada (nem segundo o registro analítico, tampouco o registro ético-moral) à luz de conceitos como *indústria cultural*.

No início desta década, os principais agentes político-culturais destacados antes produziram uma inversão teórico-conceitual com grandes reverberações práticas. O que antes era visto como um processo anticriativo, resultado da rotinização da indústria e de seus sistemas de controle e padronização, passou-se a ser visto como algo eminentemente criativo. O capítulo busca situar e esquadrihar essa mudança paradigmática, chamando atenção para o advento de novas categorias e códigos normativos, como as categorias de *diversidade, indústrias da criatividade e patrimônio cultural imaterial*. Como resultado dos efeitos práticos tributários das novas relações entre *cultura e desenvolvimento*, as políticas culturais no Brasil passaram a abrigar novas matrizes de justificativas. Uma dessas matrizes foi sedimentada ao longo do processo de modernização nacional: o imperativo de constituição e consolidação da *identidade nacional*.

O imperativo de valorização e consolidação da *identidade nacional* passa a se inscrever no interior de uma racionalidade discursiva que abarca algumas direções complementares. No entanto, o núcleo dessa racionalidade consiste em aproximar (quase fundir) os conceitos de *cultura e desenvolvimento*. O processo de dilatação conceitual ocorrido com as categorias de *cultura e desenvolvimento* criou as condições para a

formulação de novas categorias conceituais, como *indústrias da criatividade*, *economia criativa e patrimônio cultural imaterial*, responsáveis pela criação de novos recursos discursivos e políticos. Tais recursos estão sendo manejados e remanejados por agentes específicos de poder, como o Ministério da Cultura no Brasil e a UNESCO, no sentido de sedimentar novos marcos de legitimação para a implementação de determinados temas das políticas culturais contemporâneas, notadamente o tema da *cultura popular*.

A utilização desses recursos, isto é, sua operacionalização prática, vem ocorrendo através da implementação de determinadas políticas culturais, desenvolvidas no âmbito do Sistema Federal de Cultura (SFC), como o *Programa Cultura Viva* e o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI), assim como o todo o processo de *constitucionalização da cultura* levado a termo notadamente pela Secretaria de Políticas Culturais (SPC) do Ministério da Cultura. Os efeitos práticos dessas ações são analisados e apresentados no terceiro capítulo deste trabalho. Ali estão condensados dados de ordem quantitativa e qualitativa, reunida com vistas a fornecer o panorama empírico e analítico acerca das formas de usos e contra-usos políticos e econômicos dos signos institucionais de *reconhecimento e distinção* (como os *selos de cultura* do *Programa Cultura Viva* e o título de *Patrimônio Cultural do Brasil* concedido pelo PNPI) postos em circulação pela administração cultural pública, sobretudo no âmbito da união e dos estados.

O terceiro capítulo, nesses termos, procura tornar visíveis os contornos das formas de utilização dos recursos discursivos, jurídicos e simbólicos fomentados e consolidados no decurso desta década, como a *Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais* e a *Convenção Para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial*, ambas publicadas pela UNESCO. Esses mecanismos atestam como a operacionalização das políticas culturais e, por conseguinte, os efeitos práticos decorrentes da implementação destas, devem sua existência ao advento de uma nova *formação discursiva*, o *repertório discursivo UNESCO*, que aciona e materializa um conjunto de práticas discursivas.

A última seção do terceiro capítulo busca matizar alguns dados à luz da problematização realizada nas seções anteriores do capítulo, objetivando as políticas culturais desenvolvidas pelas empresas controladas pelo Estado, como a Petrobrás e o Banco do Nordeste. Objetiva, por exemplo, destacar a atuação e operacionalização específica do *Programa BNB de Cultura*, assinalando a compreensão específica que o

banco guarda sobre a *cultura popular sertanejo-nordestina* e os mecanismos de usos dos registros *expressivos, lúdicos e simbólicos da cultura popular sertanejo-nordestina* para promover e legitimar a marca institucional da empresa.

Entretanto, tanto os mecanismos de uso e quanto os efeitos práticos tributários da implementação de determinadas políticas culturais, podem ser melhor compreendidos se as especificidades das instituições da administração cultural forem apontadas no âmbito da economia da cultura no Brasil. Para tanto, buscou-se iniciar o terceiro capítulo com uma descrição dos eixos de atuação da administração cultural pública no panorama da produção, circulação e consumo dos bens e serviços culturais, explorando as interfaces empíricas entre esses eixos e a circunscrição de mercados simbólicos específicos, materializados a partir de determinados eventos (como o ciclo de festejos juninos no *sertão* nordestino) e ações institucionais, como a rede de editais públicos.

A última condição de possibilidade, analisada e problematizada no 4º capítulo, concerne à estruturação de um esquema de disposições presentes e acionados a partir de uma *estrutura social de personalidade* (ELIAS, 2001), cujos valores mais caros (apreço pelas *manifestações artístico-populares* e pelas categorias normativas que essas portam e mobilizam, como *criatividade e “autenticidade”*) encontram ressonância nos espaços sociais de entretenimento e diversão, como o ciclo de juninas no *sertão* nordestino. Não obstante, esses espaços só se realizam mediante as tramas de relações tecidas por meio das novas tecnologias digitais e dos dispositivos contemporâneos de negociação da *identidade* e de realização da gramática social do gosto, que Zigmunt Bauman chama de *cibervida* (BAUMAN, 2008).

Na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 2001) é possível constatar os índices de constituição dessa *estrutura social de personalidade*, nomeada no texto, com a ajuda de autores como Marcelo Ridenti, de *brasilidade romântico-revolucionária*. A través de alguns exemplos, o capítulo envereda por uma senda que, entre outros aspectos, lava a perceber como a *brasilidade romântica* deve sua constituição ao apreço normativo que certas clivagens das classes médias urbanas escolarizadas atribuem ao *valor de aura* e, portanto, aos conteúdos lúdico-artísticos produzidos pelas chamadas *culturas populares*, em especial a *cultura popular sertanejo-nordestina*. Em uma palavra, o capítulo busca demonstrar, à luz das discussões realizadas nos capítulos que o precedem, que são as classes médias urbanas escolarizadas os grandes inventores do *valor de aura*

contemporâneo e, portanto, os legitimadores das *tradições populares*. Esse *ethos romântico-encantado* guarda uma relação direta com a estruturação de um sistema de usos e contra-usos político-culturais - realizados e dinamizados por agentes variados, como governos, empresas e artistas – das *tradições populares*, mais especificamente das *tradições lúdico-artísticas sertanejo-nordestinas*.

Em face dos processos e das condições de possibilidade problematizadas e analisadas neste trabalho, assim como de suas interpenetrações e atravessamentos, é possível sustentar a seguinte hipótese de trabalho: nas últimas duas décadas o valor sócio-histórico atribuído às *manifestações, expressões e criações estético-artísticas da cultura popular sertanejo nordestina* vem se materializando nas ações institucionais realizadas pela administração cultural pública brasileira, notadamente os estados nordestinos e a união, cuja operacionalização e concretização passa pelas novas faces e fazes do processo de *industrialização do simbólico* e pela incorporação e acomodação de práticas discursivas engendradas em âmbito transnacional. Os elos de interdependência entre esses processos se estreitaram bastante nos últimos anos no Brasil, forjando uma *configuração* social assaz específica: *a economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina*.

Capítulo I. Modernização cultural: produção simbólica, construção e usos da categoria de cultura popular.

1.1 *Arte, técnica e memória: o sertão e a formação do seu significado diante do processo de industrialização do simbólico.*

O analfabeto do futuro não será quem não sabe escrever, e sim quem não sabe fotografar.

Walter Benjamin

A memória é uma verdadeira armadilha: corrige, sutilmente acomoda o passado em função do presente.

Mario Vargas Losa

*Quem comprar essa história não
empreste ela a ninguém
Guarde ela em sua mala
Cuide dela muito bem
Diga a quem quiser comprar
Que o autor ainda tem*

Jacinto Jose Dantas - Cordelista

O que se segue parte de um esforço teórico e empírico que busca conjugar no mesmo movimento de modernização nacional alguns processos. O objetivo consiste em evidenciar que as peculiaridades da modernização cultural brasileira dispensam alguns postulados teóricos, como a equação conceitual envolvendo os níveis de cultura e o pressuposto da dependência e colonização tecnológica. A partir do arranjo de interdependências sociais que foram se estabelecendo entre técnica e arte no processo de industrialização do estoque de símbolos nacionais, uma chave analítica é seguida no texto: a formação do significado do *sertão* e a galvanização de uma memória social ligada ao interior da região Nordeste esteve e está diretamente ligada a expansão dos mercados culturais nos principais centros urbanos do país.

Essa expansão não seria possível sem a incorporação de dispositivos técnicos e as transformações urbanas próprias do modo de produção capitalista. Com efeito, o que se pretende destacar é que uma das faces mais importantes do processo de modernização nacional, a *industrialização do simbólico* (CANCLINI, 2003), evidencia o entrelaçamento estrutural e de longa duração sócio-histórica (ELIAS, 2001) entre economia e cultura. O

texto busca estabelecer, assim, um fio analítico que permita compreender, mediante os trânsitos simbólicos e econômicos entre os espaços urbanos e rurais, como as produções econômicas e simbólicas concorreram para a formação de uma memória específica, a memória social do *sertão* nordestino.

* * *

O mês de Março guarda um vaticínio decisivo para o cotidiano rural do *sertão* nordestino: se até do dia 19 não chover (dia de São José), certamente o ano será de grande dificuldade e privação. O terceiro mês de cada ano, tal como a cortina de um espetáculo, abriga um segredo só revelado pouco antes do ato inicial da obra, pelo menos para aqueles que têm dificuldades de interpretar a obscura linguagem da natureza. Durante todo o mês o céu é objeto de incursões dos olhares, torna-se palco das mais severas observações, todo o relevo, a fauna e a flora passam a ser meticulosamente observados e acompanhados, numa espécie de experiência de duplicação do olhar. Todo espaço, enfim, ganha contornos de um suspense aterrador, que já faz parte da *estrutura de emoções* dos sertanejos (ELIAS, 1994).

Em Janeiro de 2008 reuniram-se no *sertão* cearense, nas imediações da cidade de Sobral, cerca de trinta “adivinhadores da chuva”, como assim são chamados. O encontro de janeiro foi mais um que se realiza desde o final dos anos setenta. São senhores e senhoras que, de acordo com a incorporação dos saberes legados pelos pais e parentes, assumiram uma espécie de autoridade meteorológica. São reconhecidos pelas comunidades e vilarejos do *sertão* nordestino como “profetas da chuva”, são os mensageiros da abundância ou da privação. Seu trabalho consiste em observar todo o sistema cosmológico natural e vaticinar: se haverá fartura ou não, se será um ano bom ou não.

O dia de São José é uma espécie de confirmação, um último alento. Se durante os meses de janeiro e fevereiro não chover e a natureza não oferecer nenhum indício (um mero sinal que seja, por mais irrisório que pareça) de que haverá chuva nas próximas semanas, resta esperar o fatídico dia, que assim representa a porta para onde se dá acesso a um ano de penúria. É comum se ouvir relatos na tradição oral sertaneja de anos que oferecem todos os sinais de um ano de seca, mas, ao contrário das previsões, o ano apresentou uma abundância alvissareira, exatamente porque no dia de São José (padroeiro do Estado do Ceará e de cerca de 20 municípios daquele estado) choveu, ainda que uma chuva tímida e irregular.

Não é preciso dizer que, muitas vezes, as previsões dos profetas da seca são diametralmente opostas àquelas realizadas pelos meteorologistas profissionais, munidos de sofisticados recursos tecnológicos contemporâneos que lhes assegura traçar grandes mapas de previsão. Essa aparente fricção não chega a ameaçar a legitimidade dos dois grupos, cada um, à sua maneira, possui mecanismos de prestígio e parcelas de acerto que lhes permitem conviver, estabelecendo um sistema de acomodações e convivências. No último encontro, por exemplo, organizado pela Secretaria de Cultura do Ceará (Secult-CE), alguns meteorologistas profissionais, membros de institutos de pesquisas do Estado e de outras regiões, ouviram atentamente as indagações e justificativas dos “profetas da chuva ou da seca”.

Na contemporaneidade sócio-econômica do *sertão* nordestino a chuva não é, no entanto, mais tão decisiva, não decide mais de maneira tão peremptória os regimes de alimentação e felicidade. Não porque o fenômeno climático da seca não ocorra mais, antes o contrário. Ocorre que a partir do início dos anos noventa duas ações governamentais corroboraram para erguer uma nova estrutura econômica nos médios e pequenos municípios nordestinos, ou seja, exatamente aqueles que mais sofriam com as longas estiagens: a equiparação das aposentadorias rurais a um salário mínimo e a avalanche de novos municípios criados a partir do processo de municipalização. Essas duas ações administrativas reorganizaram o cenário econômico sertanejo de maneira que ainda está por ser feita uma investigação que alcance as reais dimensões dessa mudança.

A equiparação do salário rural ao salário urbano, realizada logo no início da gestão Collor (1990-1992), fez com que antigas economias locais pouco monetarizadas, que dependiam apenas da irregularidade de algumas colheitas anuais de algum produto agrícola (feijão, milho, algodão, etc.), passassem a contar com um volume de dinheiro crescente e regular, pois o sistema de pagamento das aposentadorias ocorria sempre nos primeiros dias úteis de cada mês. A equiparação do salário rural ao urbano beneficiou um gigantesco número de famílias, que contavam com um casal de idosos, estabelecendo assim uma economia de escala crescente a partir da previsão de um pagamento mensal. Segundo o IBGE³, alguns municípios da região passaram em pouco tempo a desativar completamente suas lavouras. O fluxo de moeda circulante e a previsibilidade de um novo ciclo de recurso dinamizaram a abertura de crédito e criaram, por parte do poder público, a necessidade do

³ *Estatísticas do século XX no Brasil*, www.ibge.gov.br

estabelecimento de instituições financeiras pagadoras e arrecadoras, como bancos e casas lotéricas.

Logo a lavoura e a pecuária, que dependiam do regime de chuva, se tornaram secundárias. O Fluxo migratório do *sertão* nordestino mudou de direção durante a década de noventa do século passado. Antes as correntes migratórias apontavam para os núcleos urbanos do centro-sul do país e suas regiões metropolitanas, a maioria partindo de médios e pequenos municípios de Estados como Ceará, Bahia e Pernambuco. Agora, após a estabilização das economias locais em torno de um sistema de pagamento regular, o fluxo passou a ser das zonas rurais mais afastadas em direção aos centros urbanos dos médios e pequenos municípios. Mas esse quadro não seria o mesmo sem uma segunda transformação: a municipalização de parte dos recursos federais destinados à saúde e à educação, que antes eram transferidos para os Estados e só depois destinados aos municípios.

Essas transferências deram maior autonomia político-financeira aos municípios brasileiros, sobretudo aos médios e pequenos. No Nordeste, região responsável pelo segundo maior contingente populacional do país e também com o segundo maior número de municípios dentre as cinco grandes regiões nacionais, o impacto maior foi sentido no volume de recursos que as pequenas prefeituras passaram a administrar. Logo a necessidade de modernização e profissionalização dos recursos técnico-administrativos entrou na agenda dos poderes constituídos. Muitas prefeituras que mal tinham sede administrativa, que não possuíam sequer uma estrutura básica de serviços de saúde e educação, viram a constituição de fundos de pensão de servidores municipais, organizaram concursos públicos para contratação de servidores, sindicatos de servidores foram instalados, enfim, uma categoria profissional, que antes só existia nos médios e grandes municípios nacionais, passou a ganhar relevo no sistema das profissões ligadas ao Estado. Com efeito, mais um setor importante passa a irrigar as pequenas economias locais, já monetarizadas por conta da equiparação salarial das aposentadorias mencionadas antes.

Esse processo de regularidade de pagamento e monetarização passou a impactar sobremaneira na modernização dos comércios locais. Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas) o número de pequenas empresas abertas nos pequenos municípios brasileiros do início dos anos noventa até 2002 duplicou⁴. Não é por caso que o empreendimento comercial, das modalidades comerciais analisadas na pesquisa,

⁴ Pesquisa anual de micro e pequenas empresas, SEBRAE, 2002. www.sebrae.org.br

que mais cresceu foi o setor farmacêutico. Ora, com a regularidade do pagamento assegurada para idosos muitos donos de estabelecimentos farmacêuticos criam sistemas de crédito que lhes permitem cativar o freguês. Como a maioria dos aposentados rurais, hoje residentes em centros urbanos ou semi-urbanos, estão em uma fase que necessitam de medicamentos de uso regular, que muitas vezes excedem o orçamento familiar, a farmácia se converteu em uma espécie de crediário da saúde.

Outro empreendimento que assistiu a um crescimento vertiginoso foram as locadoras de vídeo, na sua maioria hoje locadoras de *DVDs*. Em função do aumento da circulação monetária, em grande parte em decorrência do número de novos assalariados, novos serviços, entre eles os serviços culturais, passaram a ser demandados e ofertados. Essas novas formas de assalariamento, assim como de resto as mudanças implicadas nas reformas administrativas experimentadas pelo Estado brasileiro e nas reformas de mercado ocorridas nos anos noventa, alargaram a importância que o setor de serviços passou a ter na economia brasileira, hoje um setor decisivo para o padrão de acumulação vigente no capitalismo contemporâneo.

A envergadura das mudanças aludidas ultrapassa os objetivos desse trabalho, sobretudo nesse instante. As mesmas foram mencionadas apenas para apontar a direção da mudança na qual se situa a questão sócio-cultural das secas, ou seja, a redução do seu *status* de grande problema coletivo do *sertão* nordestino. O encontro dos “profetas da chuva” abre um sem número de frentes analíticas, uma delas será retomada mais à frente, por ora busca-se perseguir, através do exemplo empírico de uma memória social em particular, a linha de tessitura que envolve a costura de um processo social mais amplo: a relação entre arte, técnica e memória em meio ao processo de *industrialização do simbólico*. Assim, o que se segue é um movimento que tenta apreender a gênese social de um significado a partir das fraturas, tensões e complementaridades da *esfera cultural laica* (WEBER, 2004). Nesse sentido, o exemplo da história social das secas no *sertão* nordestino corresponde a um ponto de inflexão decisivo nesse movimento.

Ao contrário dos dias atuais, nas últimas décadas do século XIX o regime de chuva era a regularidade mais importante do complexo social formado pelo *sertão* nordestino. Durante o mês de Março de 1877 as coisas não foram muito diferentes no que toca aos hábitos e costumes de previsões meteorológicas. Embora nenhum encontro de “profetas da chuva” tenha sido realizado, as previsões dos mesmos se confirmaram: será – lia-se nas crônicas

jornalísticas de Fortaleza⁵ – um ano de grande seca. De fato o mencionado ano foi o primeiro de uma seca que durou até 1879. Esse período, assim como os últimos anos do século XIX, foi marcado por uma profunda ambivalência: por um lado, o *sertão* nordestino foi palco de uma das mais severas estiagens registrada na longa história social das secas, como evidencia Marco Antônio Villa⁶, por outro, foi objeto de uma enxurrada de imagens e signos que correspondem a um elo decisivo no processo de formação do *sertão* nordestino como uma unidade de significado e um *monopólio de Sentido*⁷.

A grande seca de 1877-79 inaugurou um sistema de tensão, cujo núcleo gira em torno das técnicas de modernização das informações, que passam, a partir da segunda metade do século XIX, ligar o Brasil aos fluxos informacionais e comunicacionais em todo mundo e as distintas e longínquas regiões nacionais. A seca desse período se tornou uma das maiores catástrofes humanas não porque ceifou a vida de aproximadamente meio milhão de pessoas (cerca de 4% da população brasileira), com mais de dois milhões de retirantes, mas, sobretudo porque corroborou na montagem de um grande drama social moderno. Mediante o grande fluxo de imagens, fotografias e fotogramas publicados regularmente na imprensa jornalística dos principais cidades brasileiras do período, instaurou-se um sistema de tensão com tema e face: o sertão-Nordeste como uma *região-problema*, como síntese de tudo que não se desejava ser.

A seca, em seu início, vitimou principalmente o Estado do Ceará, mas logo se estendeu para outros estados da região. No fim de 1877 o escritor, jornalista e poeta José do Patrocínio foi enviado pelo Jornal *A Gazeta de Notícias*, do Rio de Janeiro, para cobrir os eventos cotidianos do flagelo. Tratava-se da primeira incursão jornalística para cobrir um evento *in loco* da história da imprensa brasileira. Dois anos depois, Patrocínio publicou no Rio de Janeiro *O retirante*, livro que dá início à literatura sócio-histórica das secas. A modernização dos recursos gráficos, visuais e estéticos, combinados à melhoria na qualidade do papel e expansão do público leitor nos centros urbanos do país, assim como a melhoria da infraestrutura de transmissão das informações, fizeram com que a seca fosse acompanhada de grande interesse político, cujos rebatimentos culturais são de grande relevo aqui. Marco

⁵ *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 1937, (Acervo da Biblioteca Nacional), análise da década dos trinta e quarenta, realizada no Mês de outubro e novembro de 2007.

⁶ Marco Antônio Villa, *Vida e morte no sertão*. Editora Ática, 1ª edição, São Paulo, 2001, p.39.

⁷ Elder Alves, *A configuração Moderna do sertão*. Dissertação de mestrado defendida em dezembro de 2004 junto ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade de Brasília (PPG-SOL-UNB).

Antônio Vila, falando especificamente sobre a profusão de epidemias entre os retirantes, nos dá uma dimensão do alcance daquela seca.

A notícia das epidemias na província do Ceará era espelhada pela imprensa por todo país. O uso do telégrafo permitiu sua rápida circulação. Na Bahia, O Monitor, de 03 de Janeiro de 1878, publicou o seguinte telegrama de Recife: “horrosas notícias acabam de chegar do Ceará. As estradas estão juncadas de cadáveres em estado de putrefação e sendo pastos de urubus e cães”. O Cearense, cujos números chegavam à Corte e a diversas províncias, descreveu a situação de Acarati. Na cidade a mortalidade alcançou média de cem pessoas por dia. Um simples anúncio de ajuda reuniu seis mil mulheres – “esqueletos ambulantes”-, segundo o jornal, que acabou gerando um grande tumulto e várias mortes. (VILLA, 2004, p.39)

Esse trecho de Villa é assaz elucidativo. Abundava o número de publicações sobre a seca (jornais e revistas), sobre o cotidiano da tragédia sertaneja. Mais de dez jornais foram criados para acompanhar e divulgar o flagelo. O mais importante deles foi *O Retirante*, que continuou sendo editado mesmo após o fim da seca de 1877/79. Editado em Fortaleza e também impresso ali, o Jornal era distribuído na Corte e nas principais províncias do país. Fundado por um grupo de jornalistas e intelectuais, o jornal trazia os seguintes dizeres em sua capa: *O Retirante: organ das victimas da seca*. Em pesquisa realizada na Biblioteca Nacional⁸, no Rio de Janeiro, verificou-se que, de 1877 a 1880, *O Retirante* foi um dos jornais semanais com maior número de tiragem e maior regularidade de impressão do final do século XIX.

Durante toda segunda metade do século XIX foram instaladas, nas principais capitais provinciais, gráficas, oficinas e pontos de impressões de jornais e revistas. A facilitação da importação de máquinas e instrumento gráficos, obtidos a partir dos acordos comerciais com a Inglaterra, resultantes das alianças estabelecidas a partir da suspensão do tráfico de escravos, ajudou na montagem de muitos jornais e revistas. No Rio de Janeiro das três décadas finais do século havia mais de vinte jornais de circulação diária, um circuito definido de produção literária via imprensa-folhetim, quatro agências de notícia, sendo duas internacionais, um sistema de telégrafos interligando as províncias de Minas Geram, Espírito Santo e São Paulo à capital do Império, mais de dez tipografias, um número significativo de livrarias, além de um crescente fluxo de passageiros transitando pelas recém inauguradas estradas de ferro (ALONSO, 2001, p.87).

⁸ Pesquisa realizada entre os meses de outubro e novembro de 2007.

Houve nesse momento a emergência de um processo urbano-cotidiano que sustentou as transformações gráficas das décadas seguintes. Esse movimento trouxe, de maneira irrevogável, a experiência estética e emocional do consumo de imagens, signos e a potencialização de forças visuais. Impõe-se assim uma nova pedagogia do olhar e como tal a modulação e estruturação de uma nova sensibilidade, acarretando novas maneiras de exercitar o olhar, ou, como adverte Martin-barbero, “novos mecanismos que se impõem ao exercício do ver” (MARTIN-BARBERO, 1998, p. 58).

Em meio a esse processo, o fato mais significativo existente, e que o jornal *O Retirante* revela de maneira candente, e que de resto está presente em todos os demais jornais e revistas da época, foi o abundante número de imagens fotográficas, gravuras e fotogramas. Essa é a unidade analítica que interessa nesse momento, ou seja, a fotografia. Mas não a fotografia em si, interessa pensá-la em meio ao processo social de *industrialização do simbólico*, e mais especificamente no que diz respeito a sua trama de possibilidades junto ao incipiente mercado editorial brasileiro e a todo um conjunto de dispositivos técnicos que passam a modelar, a partir dos últimos anos do século XIX, a percepção social, implicando uma nova educação do olhar, do ouvir, do sentir, de uma nova *estrutura de emoções*. (ELIAS, 1994). Peter Burke acentua como, de maneira quase que simultânea, no final do século XIX, o mundo ocidental passou a sentir de perto a interação entre as diversas descobertas, inventos e, por conseguinte, as interdependências entre alguns níveis tecnológicos.

É interessante comparar a história inicial do cinema com a história inicial do gramofone. Uma levava as pessoas para fora de casa, e a outra, como a televisão, o inverso. O fotógrafo francês Nadar concebeu em linguagem bastante apropriada “um daguerreotipo acústico que reproduz com fidelidade e continuamente todos os sons sujeitos a sua objetividade”. Como Sarnoff muito depois dele, Nadar sugeriu “uma caixa na qual melodias poderia ser gravadas e fixadas, como a câmara obscura capta e fixa imagens”. Ele chamou sua máquina de fonógrafo. (BURKE, 2004, p.76).

As primeiras fotografias sobre as vítimas da seca foram publicadas no dia 20 de Julho de 1877, em *O besouro*, do Rio de Janeiro. Tratava-se de um conjunto de registros fotográficos exibindo corpos de crianças e adultos esqueléticos e famintos. Era em sua maioria fotografias de crianças subnutridas em franca aparência cadavérica. Essa foi apenas a primeira leva de fotografias que, naquele ano, inundariam as páginas dos principais jornais e suplementos literários do Rio de Janeiro. O impacto dessas publicações foi maior nos nichos de

intelectuais reformistas que gravitavam em torno da corte, que transitavam em torno dos círculos literários e políticos existentes nas fronteiras das instituições imperiais, como o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), a Academia Imperial de Belas Artes, o parlamento nacional, as faculdades imperiais, os colégios secundários e os clubes militares (ALONSO, 2001).

As fotografias exibiam as expressões de dor e desalento, misturando-se aos relatos e fragmentos de relatos dos retirantes, transcritos pelos jornalistas ao visitarem os locais de maior miséria e penúria. As gravuras e fotogramas também são fortes, ferem, tal qual uma lança, o olhar mais desavisado. Muitos jornais passam a incorporar a fotografia como uma técnica que atesta a veracidade das reportagens. Duas décadas após a grande seca de 1877/79 a fotografia foi empregada em larga escala durante o conflito de Canudos, do qual se tem um dos mais ricos acervos iconográficos. A fotografia, em uma palavra, confere um novo significado ao conteúdo jornalístico.

Figura 01. Fotografias de famílias de retirantes. Grande seca de 1877-79.



Fonte: Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro.

A força das notícias e das reportagens passou a ser medida pelo grau de realismo e minúcia inscritos nas fotografias que ilustram e acompanham a notícia-fato. Em outros termos, o fato só se torna fato e é legitimado como algo digno de notícia se traz como atestado de existência as fotografias que o confirmam. O fato para se consagrar e passar a existir como um evento não necessita mais apenas da notícia comentada, ou seja, simplesmente descrita e relatada, precisa, antes de tudo, ser apresentada com uma fotografia, que vem acompanhada de uma legenda explicativa. Esse passa a ser então o modelo, a unidade complementar: notícia, fotografia e legenda. O fato da fotografia se tornar imprescindível para a legitimidade do fato-notícia demonstra uma crença sólida em sua técnica, em seus mecanismos de captura e exibição do real tal como ele é. Todavia, o impacto estético e semiológico da fotografia vai muito além do campo da experimentação do foto jornalismo, invade a percepção visual propriamente pelos efeitos que causa nas novas linguagens técnico-artísticas, como o cinema, as artes gráficas e visuais, a publicidade, entre outras.

O impacto perceptivo de uma fotografia, ou melhor, de uma imagem composta de corpos amontoados, de famílias esqueléticas, de crianças famintas, de pessoas desconhecidas, imprime um tipo de sensação ligada, entre outras coisas, a compressão da relação tempo-espço na modernidade. As fotografias, e o encadeamento imagético do qual elas fazem parte, corroboram para a montagem de uma paisagem humana que impactou na composição da *auto-imagem* nacional (ELIAS, 2001) construída a partir dos principais centros urbanos. O imperativo da privação, da dor e da violência não se coadunava muito a um ideal civilizatório de saneamento, beleza e ordem.

As fotografias se impuseram como um índice de modernização que fazem parte das profundas conseqüências da modernidade (GIDDENS, 1992). Por um lado, as imagens são vistas como um dado incontestado do avanço técnico e, portanto, da sintonização progressiva do país às realizações européias; por outro, trazem à lume muitos aspectos políticos que não se acomodavam ao ideal antes mencionado. Essa ambivalência é constitutiva da estrutura da modernidade, que traz, como ressalta Giddens, “o aumento da influência daquilo que não está aqui aqui”(GIDDENS, 1992). Ou seja, através dos fluxos comunicacionais e simbólicos certas espacialidades (como o *sertão* nordestino) longínquas se aproximam, impactando em outras e comprimindo, assim, o espaço. Algo que torna um espaço específico dotado de

realidade e existência; existir passa a ser algo intimamente ligado a ser fotografado, visibilizado e reproduzido.

Ao mesmo tempo em que essas são funções realizadas por especialistas que fazem parte dos novos sistemas de peritos, aqueles responsáveis pelo manuseio e domínio das técnicas: fotógrafos, retratistas, técnicos, etc. As fotografias podem ser pensadas como *fichas simbólicas* inscritas na compressão e nas novas modalidades de experimentar o espaço-tempo, no deslocamento da noção de realidade, que passa a se transformar de acordo com os símbolos que passam a representá-la, ou melhor, dos símbolos que em conjunto passam a dizer o que é e o que não é a realidade.

A fotografia é resultado das transformações e experimentações tecnológicas do século XIX. Surge na França e depois se expande por todo o mundo como olho da impessoalidade e da nova gramática da realidade. Seu advento implicou um conjunto de remanejamentos no interior das formas de construção dos objetos artísticos e, sobretudo, nas experiências visuais responsáveis, entre outras, pela tessitura das memórias coletivas modernas. Jacques Le Goff ressalta: “a fotografia revoluciona a memória, multiplica-a e democratiza-a, dá-lhe uma precisão e uma verdade visual nunca antes atingida”. (LE GOFF, 2005, p.211).

As mudanças produzidas pela fotografia nos modos de classificar o real, aguçaram o olhar curioso do crítico alemão Walter Benjamin. As reflexões de Benjamin acerca da fotografia se situam num espectro mais geral de sua teoria estética e, por conseguinte, na sua concepção de *mimesis*.⁹ Benjamin recorre ao conceito de imagem para diferenciar o fluxo de símbolos da idéia de retrato. Assim como lança-mão do conceito de fisiognomia para nomear tudo que não é paisagem. Essas duas noções, de imagem e fisiognomia, se completam. A imagem, constituída pela totalidade de fotografias dispersas, apreende os microcosmos do cotidiano, instaurando a possibilidade de novas aberturas de sentido, que só são possíveis pela nova educação do olhar. Já a fisiognomia revela as minúcias da economia de expressões humanas, que não é nem o retrato (já que a imagem transpõe e expande a unidade fixa do retrato), nem tampouco a paisagem, conquanto diz respeito a outro tipo de captura do dado natural e real, a instantaneidade da experiência humana.

A fotografia nos mostra essa atitude, através de seus recursos auxiliares: câmara, lente, ampliação. Só a fotografia revela esse inconsciente ótico, como só a

⁹ Esse conceito, cujo advento remonta a filosofia grega pré-socrática, sofre um deslocamento da obra do filósofo alemão, passa de um atributo de representação e reprodução para uma força também expressiva e vinculada a todo processo de auto-constituição das memórias psicossociais.

psicanálise revela esse inconsciente pulsional. Características estruturais, tecidos celulares, com os quais operam a técnica e a medicina, tudo isso tem mais afinidades originais com a câmara que a paisagem impregnada de estados afetivos, ou o retrato que exprime a alma de seu modelo. Mas ao mesmo tempo fotografia revela os aspectos fisionômicos, mundos de imagens habitando as coisas mais minúsculas, suficientemente ocultas e significativas para encontrarem refúgio nos sonhos diurnos, e que agora, tornando-se grandes e formuláveis, mostram que a diferença entre a técnica e a magia é uma variável totalmente histórica.(BENJAMIN, 2002, p.12).

Em seu celebre ensaio intitulado *Pequena história da fotografia* ressalta que: “os fotógrafos que passaram das artes plásticas á fotografia, não por razões oportunistas, não acidentalmente, não por oportunismo, constituem hoje a vanguarda dos especialistas contemporâneos” (BENJAMIN,1980, p.57). O deslocamento dos grupos artísticos a partir do advento da fotografia e as novas formas de exercício do olhar se imbricam no movimento de inserção da fotografia no foto jornalismo. O deslocamento dos grupos de pintores no interior das ocupações artísticas passou a ser sentido após o aprimoramento dos recursos da técnica fotográfica. Em meados dos anos setenta do século XIX, por exemplo, muitos fotógrafos (notadamente os fotógrafos retratistas) em São Paulo realizavam fotografias em tamanho natural, através de uma técnica de ampliação conhecida como câmara solar. A partir do crescimento urbano experimentado nas últimas décadas do século, cidades como Rio e São Paulo assistiram a um surto de crescimento do numero de ateliês e lojas de retratos. Outra técnica que logo atraiu a atenção e o interesse do publico foi a *foto pintura*, que estabeleceu uma acomodação momentânea no mercado de retratos e no mercado editorial como um todo, pois consistia em ampliar a fotografia até o tamanho original, depois cortá-la sobre um papel ou tela e então pintá-la a óleo, guache ou pastel.

Um outro exemplo, também retirado do século XIX, é ainda mais esclarecedor. Diante da escassez de concursos de belas artes, que conferiam bons valores financeiros aos seus vencedores, no período final de derrocada da monarquia brasileira, o Pintor Victor Meireles resolveu criar uma companhia de pintura de grandes quadros de exaltação, os chamados *panoramas*. Eram grandes pinturas que consistiam em apresentar ao público fatos épicos, tornados ainda mais célebres através da grandeza e do número de pessoas interessadas em apreciar tais obras. A empresa criada consistiria na cobrança de ingressos, algo que poderia resultar em grandes ganhos e corroborar para a volta dos concursos imperiais.

Vicejando a possibilidade de apresentar alguns *panoramas* (todos com temáticas brasileiras, ora a natureza exuberante, ora as batalhas de independência e/ou as glórias do

Império) durante os Salões de Arte da Europa, como as Exposições Universais de Bruxelas e Paris, a *Meireles & Langerock* resolveu pintar uma imensa vista do Rio de Janeiro. A tela seria exibida em um imenso galpão, com um eixo de engrenagem rotativa que permitiria o público observar a imensa paisagem ser desfraldada. Os pintores já possuíam experiência nesse tipo de empreendimento técnico-artístico, o próprio Meireles havia pintado anos antes um *panorama* com cerca de 115 metros de comprimento por 14,5 de altura, abarcando um espaço total de 1667 metros quadrados, movimentando-se em um salão de cerca de 36 metros de diâmetro¹⁰.

Feito o trabalho, os autores e sócios trouxeram na bagagem a justificativa de que, além de mostrar a fulgurante e exuberante natureza nacional, acabaram incentivando a vinda de imigrantes europeus, numa espécie de “arte imigrantista” (DURAND, 1989), exatamente em um período de substituição do trabalho escravo. Encorajado pelo sucesso obtido na Europa, Meireles contraiu empréstimos para a consecução de novos projetos, ainda mais ambiciosos, entre eles um que resultaria na pintura da chegada de Cabral ao Brasil, por ocasião da comemoração dos quatrocentos anos da descoberta, e que deveria estar pronto até o início de 1900. Para tanto, estudou a rota de chegada de Cabral e viajou até o local de desembarque. No entanto, os projetos posteriores a exibição européia não lograram o mesmo êxito, inclusive o de comemoração do quarto centenário do descobrimento. A empresa começou a apresentar dificuldades financeiras e, antes mesmo de concluir os projetos, pediu insolvência. A rápida expansão das novas técnicas de produção de imagens, como o cinematógrafo (resultado dos desdobramentos tecnológicos da fotografia), cujo apelo popular logo se fez sentir, selaram o destino dos *panoramas*, assim como das demais modalidades de grande pintura de paisagens e eventos.

A existência dos *panoramas* e, particularmente, seu êxito nas exposições européias atestam uma mudança nas demandas por mecanismos que permitissem a ampliação do olhar. A utilização da chapa fotográfica como matriz de um processo de reprodução de imagens, mais tarde ampliado para as telas cinematográficas e posto em movimento, não pode ser tomado apenas como único fator. As linhas de força que constituem e informam esse movimento são mais complexas e multifacetadas. A composição de um acervo de imagens nos centros urbanos a partir do século XIX se desenvolve como uma regularidade que envolve uma miríade de processos, cujo resultado cotidiano repousa na acumulação de

¹⁰ José Carlos Duran, *Arte, privilégio e distinção*. Editora Perspectiva, 1ª edição, São Paulo, 1989, p.39.

experiências visuais que se configura como uma segunda natureza, incorporada agora ao aparelho ótico-visual, que toma de assalto a percepção de críticos, artistas, jornalistas, escritores e intelectuais.

O processo de tecnização que abarca os novos dispositivos de reprodução de imagens amplia o alcance do olhar porque traz consigo a não-exigência do olhar treinado, ou seja, um olhar que desconhece os códigos de apreciação e fruição estética sintonizado à ambiência material da arquitetura dos salões de exposição, galerias e museus. O denso movimento de modulação do olhar também, e precisamente por conta disso, é um movimento de dilatação dos espaços, a partir dos quais se tece a nova economia dos signos urbanos, sustentada no consórcio entre materialidade e imaterialidade. O fluxo das transformações urbano-industriais carrega a necessidade de ampliação dos serviços de visualização e informação, ou seja, daqueles que passam a vender o que os outros têm a vender. A publicidade se situa aí em um campo bifronte, como um canal que permite incorporar a fotografia, o cinema e as demais técnicas estéticas que alimentem os surtos de experimentação. A mencionada tecnificação é, antes de tudo, uma tecnificação da totalidade da vida. Preocupado em relacionar esse fenômeno com o mundo cotidiano da vida, Jurgen Habermas ressalta:

De certa maneira, as questões práticas relativas à direção do Estado, às estratégias e à administração, também antes deveriam ser solucionadas com a utilização de um saber técnico. No entanto, uma transformação do saber técnico em consciência prática não se alterou hoje só na ordem da grandeza. A massa do saber técnico já não se reduz às técnicas pragmaticamente apreendidas dos ofícios clássicos. (...) Hoje nos sistemas industrialmente mais desenvolvidos, importa empreender a tentativa enérgica de tomar nas rédeas uma mediação que até agora se impôs em termos de história natural, entre o progresso técnico e a práxis vital das grandes sociedades industriais. (HABERMAS, 1978, p.46.)

Os mesmos efeitos não-programados das experimentações técnicas que resultaram no aparecimento da fotografia também engendraram o cinema. Os primeiros cinematógrafos (instrumentos de exibição e reprodução das imagens capturadas pelas câmaras) surgiram na França e muito cedo se espalharam pelo mundo. O Rio de Janeiro, de acordo com os regimes de expansão urbana, diferenciação social e consumo simbólico do início do século passado, chegou a ser no período a segunda cidade em número de cinematógrafos, que eram instalados em antigos teatros e casas de *shows*, as chamadas casas de espetáculo. De tão abundante na vida cotidiana na cidade, o espaço compreendido entre o Teatro

Municipal e a Biblioteca Nacional passou a ser denominado de Cinelândia, dada a quantidade de salas de cinema que passaram a se fixar no local a partir das primeiras décadas do século. Antes da Cinelândia, as fitas eram exibidas na Rua do Ouvidor, em máquinas ainda denominadas de *omniograph*. Em uma das primeiras exibições alguns expectadores, ao observarem uma tomada em que uma locomotiva aumentava de tamanho à medida que se aproximava da câmara (em um movimento de deslocamento em direção ao olho da lente), acabaram abandonado a sala de exibição, temendo que o vagão invadisse a sala e os atropelasse. Relatos como esse também ocorreram na Europa (CALDAS e MONTUORO, 2006).

Era então a imagem em movimento. Um fluxo frenético de cenas intercaladas que permitiam à fotografia ganhar vida. Mesmo ritmo assumido pelos centros urbanos nacionais, que passava então a se configurar como verdadeiras *florestas de signos* (SENET, 2001). Se a fotografia se inseria em um constante fluxo de movimentos, o cinema passava a ser a própria expressão do movimento. Se a fotografia tinha a prerrogativa de congelar e sintetizar a multiplicidade do real, o cinema acionava um movimento frenético, o diálogo entre as fotografias e seu aprimoramento da capacidade de reprodução. Muitos cineastas localizados na trama de formação do cinema brasileiro, como Lucio Mauro, começaram na fotografia. O próprio Afonso Segretto (considerado o primeiro a realizar imagens no Brasil, quando então realizou algumas “vistas” da Baía de Guanabara) tinha iniciado na fotografia, assim como seu irmão Paschoal Segretto, dono de uma das primeiras salas de exibição, chamada *Salão de Paris no Rio*. O relato mencionado acima demonstra todo o estranhamento inicial, mas que logo iria ser aplacado e rotinizado de acordo com a profusão de máquinas de captura, reprodução, transmissão e enquadramento da imagem. Uma crônica do poeta Olavo Bilac do início do século revela bem a relação do cinema com a redefinição do espaço urbano e os efeitos semiológicos sobre a percepção e as maneiras de olhar.

Já há na Avenida Central quatro ou cinco cinematógrafos; e, além das casas especialmente destinadas para esses espetáculos, já a mania cinematográfica invadiu todos os teatros e tomou conta de todas as paredes e de todos os andaimes em que é possível esticar um vasto quadrado de pano branco. Agora, depois dos fonógrafos da Rua do Ouvidor, os cinematógrafos da Avenida Central. E daqui a pouco não poderemos mais dar um passo pela cidade, sem encontrar um desses lençóis alvos em que as cenas da vida humana aparecem deformadas pelo tremor convulsivo da fita. (Apud CALDAS e MONTUORO, 2006, P.30).

O cinema já nasce impregnado das mais variadas e modernas técnicas, em meio aos recursos materiais e simbólicos que as experimentações industriais permitiram, como a descoberta de novos combustíveis, lentes de longo alcance, fusão de materiais, descobertas de novas matérias-primas, entre outras. A instalação das primeiras casas e salas de cinema no Rio de Janeiro só foi possível a partir da inauguração da energia elétrica, fornecida a partir da usina hidroelétrica de Caxias, construída para abastecer o centro da cidade em meio às transformações urbanas do início do século XX, que resultaram na inauguração da Avenida Central, hoje Avenida Rio Branco. Por isso, é inteiramente ingênuo e estéril, dividir, por exemplo, a história do cinema brasileiro em fases muito definidas, reservado para o início do século XX (o período compreendido de 1898 a 1920) como fase artesanal, e a fase seguinte (partir dos anos trinta), como fase de industrialização¹¹.

A experiência de ampliação do olhar se dá em termos de volume e dimensão, aliando incursões microscópicas e macroscópicas. Essa realização da técnica, que dá novos contornos à fruição estética, é definida por Benjamin como um movimento em direção a destruição da aura. Pensando na longa duração, o crítico refaz o percurso de constituição dos objetos artísticos na intenção de confrontar o que ele chamou de *valor de culto* e *valor de exposição*. Durante a transição do longo período medieval até o século XIX os artefatos artísticos estiveram engolfados numa experiência mágico-mística responsável pela formação de um *valor de culto* semelhante aos rituais religiosos mais sagrados, o que acabou conferindo ao mundo artístico (música, pintura, literatura, entre outros) um invólucro aurático. Esse caráter místico não advém somente do fato de ter sido a igreja católica a maior produtora e distribuidora de símbolos do período medieval (fato confirmado através dos muitos ar-fresco, xilogravuras com temas religiosos, esculturas, telas e catedrais revestidas de desenhos e imagens), mas também da permanência da ritualidade que marca a contemplação dos objetos artísticos.

O que é de importância decisiva é que esse modo de ser aurático da obra de arte nunca se destaca completamente de sua função ritual. Em outras palavras: o valor único da obra de arte “autêntica” tem sempre um fundamento teológico, por mais remoto que seja ele pode ser reconhecido, como ritual secularizado, mesmo nas formas mais profanas do culto do belo (BENJAMIN, 1980, p.64).

O *valor de exposição* está ligado às condições sociais de disseminação dos objetos artísticos, que encontram nos dispositivos de reprodutibilidade técnica um alto grau de

¹¹ Esse procedimento é comum entre os historiadores do cinema brasileiro.

realização. Segundo Benjamin, à medida que as obras de arte se emancipam do seu invólucro ritual aumentam as condições gerais para que sejam expostas (BENJAMIN, 2002). O confronto entre *valor de culto e valor de exposição* se localiza numa luta pela definição das maneiras mais legítimas de produzir e consumir os bens artístico-culturais. O *valor de exposição* assegura que as obras de arte continuam sendo obras artísticas, mesmo diante da redução da aura, e mesmo diante do acionamento de dispositivos de grande reprodutibilidade técnica; ou melhor, o valor de exposição, e seu crescente predomínio, é tributário das condições que engendram a reprodutibilidade. O crítico vai mais além, situa o movimento de expansão do valor de exposição na própria forma pela qual a *cultura* se apresenta na modernidade, ou seja, como mercadoria. O processo de expansão do *valor de exposição* está diretamente ligado ao percurso de autonomização da cultura, ocorrido em meio à ascensão das classes dirigentes burguesas, da crescente secularização da vida, da instauração dos mercados culturais e da tecnificação.

Norbert Bolz sustenta que para Benjamin não haveria qualquer diferença entre obra de arte e mercadoria. Bolz se põe a seguinte questão: há diferença entre obra de arte e mercadoria para Walter Benjamin? O autor diz que não, pois, seguindo o ponto de vista de Benjamin, só existem formas de arte propriamente ditas a partir do momento e na medida em que ela aparece na forma de mercadoria. Antes do aparecimento da obra de arte na forma de mercadoria, ou seja, antes do século XIX, sustenta Bolz, evocando Benjamin, a arte não possuía o caráter específico de arte autônoma, mas tinha um perfil genérico de culto. “Quero dizer que, antes da autonomia, poder-se-ia dizer também antes da constituição da arte especificamente burguesa, as práticas estéticas eram momento de um contexto cultural abrangente. Ou seja, antes da arte a práxis estética era práxis cultural”(BOLZ, 1999, p. 22).

Assim, Bolz, a partir do próprio Benjamin, deduz que a autonomização da arte, ao contrário do que muitos pensam, se dá no momento mesmo da sua conformação como mercadoria, a partir do final do século XVIII. Edgar Morin toma a mesma direção. O autor chama atenção para a especificidade da criação na arte industrializada: “o criador, isto é, o autor criador da substância e da forma de sua obra, emergiu tardiamente na história da cultura: o artista do século XIX. Ele se afirma precisamente no momento em que começa a era industrial” (MORIN, 1969). O exemplo da fotografia permite ainda citar um autor que se situa nessa fileira, e que através da sua pesquisa sobre as transformações na relação entre cultura e modernidade, na França do século XIX, traz subsídios para essa discussão.

Em um esclarecedor trabalho sobre cultura e mercado¹², Renato Ortiz cita o depoimento de dois fotógrafos parisiense que nos permite vê a relação entre técnica e arte como um padrão geral das transformações envolvendo o valor de exposição, o valor de aura e criação artística. Dizem os fotógrafos em 1862: “na França, a fotografia é hoje uma indústria; alguns ateliês ocupam um número extenso de pessoas e incomparavelmente mais bem remuneradas do que as grandes manufaturas, artistas e trabalhadores encontram ai uma fonte de lucro e um trabalho assegurado; trata-se do progresso tal como manda a civilização moderna” (apud ORTIZ, 1999, p.161).

Eu diria que a atualidade de Benjamin se dá radicalmente no campo da estética dos meios de comunicação de massa. Benjamin não pensa mais no conceito de estética no sentido tradicional para nós, no sentido de uma teoria das belas artes, nem mesmo no sentido geral de uma teoria das artes, mas pensa enquanto uma doutrina da percepção, estética não é um departamento entre outros, mas é para Benjamin uma nova ciência diretriz” (...) O que temos de perceber, a partir de Benjamin, é que a modernidade estruturou cada vez mais, através da tecnologia, as funções da percepção, e que fazem parte das nossas experiências mais fundamentais o fato de nossa percepção ser perpassada por aparelhos e construções. (BOLZ, 1999, p.15)

As fotografias que instauraram as imagens das secas no ambiente industrial-urbano do centro-sul do país, começaram a confeccionar uma iconografia que foi delineando aos poucos uma matriz de significado de *sertão*. A esse processo foi adicionada uma nova textura dramática no fim do século XIX: o conflito de Canudos. Diferente da seca de 1877, quando apenas um correspondente de um grande jornal do Sudeste cobriu o evento, o episódio bélico de Canudos foi acompanhado e narrado de perto por diversos correspondentes de guerra. Desses, dois se destacaram no fronte, ao ponto de publicarem obras literárias que se destacam até hoje, como *Os sertões*, de Euclides da Cunha, e o *Rei dos Jagunços*, de Manual Benício. Como correspondente de Guerra de *O Estado de São Paulo*, Euclides da Cunha acompanhou o conflito até o desfecho final, publicando, em 1902, seu texto máximo: *Os sertões*.

Os *sertões* se insere em um momento da renovação da linguagem literária nacional, onde o estilo parece estar repleto de metáforas espaciais, de desenhos lógicos, de descrições minuciosas semelhantes às fotografias publicadas sobre Canudos. Euclides da Cunha foi um intelectual de seu tempo, marcado pela nova pedagogia do ver que desafiava as antigas formas de exercitar a visão, remanejamentos que certamente imprimiram efeitos

¹² Renato Ortiz, *Cultura e modernidade*. Editora brasiliense, 2º edição, São Paulo, 1999, p. 134-135.

semiológicos em seu estilo literário. A época de Euclides da Cunha foi marcada pelo poder da palavra escrita, pela força do argumento conduzido meticulosamente nas páginas dos jornais, nos textos e artigos literários. Euclides da Cunha está localizado no interstício de um encadeamento de gerações de intelectuais que participaram diretamente do crescimento dos mercados culturais urbanas, da profusão dos veículos de comunicação e do grande crescimento do fluxo de imagens.

O acervo iconográfico responsável pela montagem de um drama estético-visual em torno do *sertão*, que tem nas últimas décadas do século XIX capítulos trágicos, impactou também a geração seguinte a de Euclides da Cunha, a geração de escritores conhecidos como regionalistas. Escritores profundamente marcados pelas matrizes simbólicas locais, como, por exemplo, a literatura de cordel. Segundo Antônio Candido, assiste-se a partir dos anos vinte e trinta do século passado a “um verdadeiro aluvião sertanejo” (CÂNDIDO, 2003). Eram escritores impregnados por novas formas e narrativas literárias que, por seu turno, começavam a invadir a percepção artística do período.

Em meio ao que restou do Arraial de Canudos, o repórter de campo Euclides da Cunha recolheu alguns folhetos de cordel, o que leva alguns pesquisadores a concluir que já aquele período o folheto do cordel atuava como uma espécie de imprensa popular e não por acaso, a Guerra de Canudos foi um dos primeiros e mais narrados episódios do período. Os mesmos pesquisadores ressaltam ainda o caráter multifacetado do cordel. Câmara Cascudo assim se posiciona sobre sua diversidade temática:

Todos os motivos julgados dignos de um registro poético merecem esse mesmo ritmo fulminante de fixação e divulgação no ambiente popular nordestino. Uma estiagem prolongada, vitórias eleitorais, assassinatos, todos os assuntos acima da norma cotidiana vão para o documento poetizado no interior dos sertões, como no exato cumprimento de uma missão rotineira de cronistas oficiais (CASCUDO, 2006 p.16).

Durante as campanhas militares destinadas a tomar o Arraial de Canudos, os funcionários dos órgãos de comunicação, que acompanhavam as tropas para a instalação dos fios e cabos de transmissão do telegrafo, começaram a relatar o aparecimento de grupos armados por onde as linhas de transmissão deveriam passar. Começava assim os primeiros relatos acerca do banditismo social sertanejo-nordestino, mais conhecido como cangaço. Esse foi um dos fenômenos sociológicos brasileiro mais narrado, cantado, filmado, xilogravado e fotografado e, por isso mesmo, tão relevante para a constituição de uma

arquitetura semiótica, cuja consecução dependeu do enlace entre os meios técnicos, as vanguardas artísticas e a expansão dos mercados de consumo simbólico. Com efeito, a imbricação entre fotografias, xilogravuras (ambas impressas e/ou reproduzidas em revistas e jornais editados nas mais diferentes regiões do país), romances, filmes e a música encontra aqui sua maior unidade temática, e assim, a relação entre arte, técnica e memória ganha densidade empírica.

Frederico Pernambucano de Mello¹³ adverte que o cangaço que nos chegou fora apenas a última etapa de um movimento de banditismo existente desde a segunda metade do século XIX. É essa etapa que marca a produção simbólica pelo volume que o fenômeno alcançou, chegando a seu pináculo em 1926, quando Lampião foi condecorado com título de Capitão das forças militares cearenses que combatiam a Coluna Prestes. Segundo o autor, nesse instante, até meados dos anos trinta, se desenvolve o cangaço de matriz sertaneja, ou seja, um banditismo rural que comparecia quase que diariamente nas páginas dos principais jornais do país, que abrigava grande volume de armas e munição, de grande número de integrantes, que possuía um verdadeiro sistema de recrutamento, que desafiava os principais governos da região, que saqueava cidades cada vez maiores.

Aqui sim se está diante de um cangaço tipicamente sertanejo e talvez este e só a este tenha se referido Graciliano Ramos quando disse ser fenômeno próprio da nossa zona pastoril. No Nordeste, com esse volume todo de fato foi, mas pelo volume, não pela forma, fique sempre claro. (MELLO, 2004, p.123).

O volume a que se refere Pernambucano de Mello está na maneira como o cangaço sertanejo se estruturou ao longo das décadas de 20 e 30. O volume enche os olhos dos pesquisadores, sobretudo dos historiadores, porque sua edificação foi pautada por um grau de espetacularidade fornecido pelos mecanismos de reprodução de imagens e pelos fluxos comunicacionais a eles irremediavelmente ligados. Tal volume permitiu a Mello estabelecer as principais motivações que permitiram o crescimento do fenômeno, ou seja, das razões que soavam mais fortes para concretizar as adesões. Três formas aparecem mais claras: o cangaço como meio de vida, o cangaço de vingança e o cangaço como refúgio. As três formas se ancoram no sistema de honra pessoal existente no *sertão* nordestino, ou seja, o autor sustenta que as três formas de motivação constituem um *escudo ético* para seus

¹³ Frederico Pernambucano de Mello, *Guerreiros do sol*. Editora Girafa, 1ª edição, Recife, 2004, p. 98.

integrantes, mecanismos de justificação pessoal acionados por cada um para legitimar sua entrada naquela vida, uma espécie de narrativa pessoal e coletiva.

Muitos dos “profetas da chuva” aludidos antes se tornaram cantadores e “adivinhadores”, como se diz no *sertão*, a partir dos relatos orais acerca das sagas de Lampião e seu bando, reproduzindo adivinhações nos folhetos cordelistas, que, por sua vez, incorporavam e difundiam as adivinhações, e, portanto, viam assim as vozes de um aprendizado e de uma memória oral serem difundidas através da literatura de cordel, que se expandia em meio ao universo simbólico da seca e do cangaço. As três dimensões que compõem a literatura de cordel – a performance do canto, a gravura xilográfica que abre o folheto e os temas selecionados na poesia – fazem parte da constituição das memórias lúdico-musicais do *sertão*, mais tarde ressignificadas em meio aos fluxos migratórios em direção os centros metropolitanos do Centro-Sul do país.

A literatura de cordel recebe esse nome devido ao fato do folheto ficar pendurado e exposto em barbantes ou cordéis. O costume foi transplantado para o *sertão* nordestino através de comerciantes portugueses e espanhóis. No *sertão* os folhetos também são pendurados em barbantes e seguros com pregadores de roupas nas barracas das feiras populares. O folheto xilogravado é a parte imediata, a mais visível da unidade artística da literatura de cordel. O folheto é cortado em tamanho reduzido para condensar melhor as histórias, facilitar o manuseio e baratear o custo. O mesmo recebe as imagens xilogravadas a partir de uma matriz, que recebe uma camada de tinta, formando uma espécie de carimbo. A matriz é formada a partir de uma madeira esculpida, onde é talhado um desenho que será reproduzido. O processo, então, consiste em cortar os folhetos, esculpir um desenho (que vem na maioria das vezes na capa do folheto) na madeira, que servirá de matriz, e reproduzir a imagens em diversos folhetos através da tinta adicionada no relevo da madeira. Esse processo era realizado na Europa medieval e se estendeu até o século XIX, quando chegou ao Brasil. Indagado nos anos cinquenta sobre a especificidade da técnica, o poeta Manoel Camilo dos Santos, autor de um dos cordéis mais conhecidos, *Viagem à São Saruê*, descreve:

Quando eu acabo de riscar tudinho, fica o risco na madeira. Ai eu vou cortando com uma faca de ponta fina. A parte que eu quero que fique branca é só destacar. Agente risca aquela partesina, fica a figura que vai aparecer na capa naquela parte que a pessoa não tirou, sá como é? Com a prática, a gente não precisa de gravura nem carbono, vai direto na madeira, faca de ponta fina no cajá fazendo o desenho. Eu já tô assim. A capa da viagem, não teve risco nenhum, foi original meu. (SANTOS, Apud CAVIGNAC, 2005, p.87)

Benjamin situa a xilogravura no interior de um movimento mais amplo de tecnificação. Certamente diferente dos recursos físico-químicos empregados na produção e reprodução da fotografia, onde as novas técnicas industriais aparecem fundidas, mas é através da xilogravura que o desenho passa a ser largamente reproduzido, conferindo uma base sólida para as gravuras impressas que surgem a partir do século XVII em países como Espanha e França. Nesses, a xilogravura aparece como uma técnica que reveste o formato de um bem extremamente importante para os diversos níveis de mediação estabelecidos no século XIX: o folhetim.

Já para Martin-Barbero, a literatura de cordel é um meio sintetizador de diferentes linguagens literárias. Para esse último a técnica da xilogravura também se situa em um processo de tecnificação, pois assim como a oralidade do canto representa não somente um meio, mas, sobretudo, uma mediação. Trata-se, ainda segundo Martin-Barbero, de uma literatura que inaugura uma outra função para a linguagem: a daqueles que sem saber escrever, sabem, contudo, ler. Escritura, portanto, paradoxal. Estruturada com escritura oral. Ler para os habitantes da cultura oral é escutar, mas essa escuta é sonora. (MARTIN-BARBERO, 1997). Essas assertivas levam o autor a explorar a chave analítica envolvendo iconografia e imaginário, apostando nos diversos mecanismos de mediação, como a literatura do cordel, para encontrar as transições e acomodações envolvendo arte, técnica e memória.

No Brasil, o apogeu da literatura de cordel se deu em dois momentos complementares, um que vai do fim do século XIX até o início dos anos trinta do século passado, o outro se estendeu de meados dos anos trinta até o fim dos anos sessenta do mesmo século. Durante o segundo momento, dada à presença do cordel em outras linguagens estéticas difundidas nos mercados editoriais urbanos (como a revista *O Cruzeiro*, que publicou, em meados dos anos cinquenta, matérias com cordelistas, e *Fatos, fotos e manchete*, que também publicou artigos sobre os cantadores e a técnica da xilogravura), o cordel foi objeto de investigações mais sistemáticas, ao cabo das quais se passou a sustentar também a tese do cordel como jornalismo (CAVGNAC, 2005).

A composição da técnica da xilogravura no Brasil passou a condensar as histórias populares sertanejas, passando a potencializar uma mitologia rural que encontrará grande ressonância nas linguagens artísticas a partir dos anos trinta. Talvez um das mais

importantes matrizes de significado dessa mitologia esteja nas estórias heróicas dos vaqueiros sertanejos. O trabalho cotidiano com os rebanhos de bovinos e caprinos levou os vaqueiros a elaborarem um sistema de comunicação no trato com os animais baseado no aboio. Esse consiste em um canto solitário, que dialoga apenas com os chocalhos das reses mais distantes. O som da voz dos vaqueiros ecoado pelas caatingas passou a inspirar os tradutores e cantadores do cordel.

A maioria dos cordelistas, cantadores, repentistas e poetas populares eram vaqueiros, como Patativa do Assaré, lendário poeta cearense autor de uma vasta obra lírica, das quais se destacam *Triste partida e Vida de vaqueiro*, gravadas pelo cantor e sanfoneiro Luiz Gonzaga, nos anos sessenta; Agostinho Nunes da Costa, considerado por Julie Cavignac o pai totêmico dos poetas cordelistas; José Januário dos Santos, sanfoneiro, aboiador e animador popular, pai do cantor e sanfoneiro Luiz Gonzaga; além de outros. O aboio, assim como o canto das lavadeiras, os reisados e as ladainhas religiosas, fazem parte de um encadeamento sonoro que está na matriz das memórias orais sertanejas.

O apelo sonoro dessa oralidade instilou em muitos pesquisadores, sobretudo aqueles ocupados com o trabalho de catalogação e documentação das *expressões e manifestações populares*, como, por exemplo, Silvio Romero, o desejo de manter vivo essas memórias. Os primeiros pesquisadores a se debruçarem sobre a literatura de cordel, como o próprio Silvio Romero, logo vaticinaram e lamentavam o desaparecimento dessa modalidade de oralidade. Em artigo publicado em 1889, Romero sentenciava:

Nas principais cidades do império, encontram-se ainda à porta de certos teatros, nas estações ferroviárias e em outras partes, livrarias de cordel. As pessoas do interior lêem ainda bastante esses livros dos quais falamos, mas a decadência é patente: os livretos de cordel conhecem menos sucesso depois da invasão dos jornais. (ROMERO, Apud, MATOS, 1994).

Não parece ter sustentação empírica as observações de Romero, pois é a partir do final do século XIX e início do século seguinte que são abertas as principais tipografias, gráficas e livrarias do primeiro momento de ascensão do cordel. As informações de Romero contrastam com as observações de dois outros pesquisadores folcloristas, Câmara Cascudo e Ariano Suassuna. Segundo os mesmos, no início do século passado muitos jornais utilizavam xilogravuras para ilustrar artigos e notícias, chegando essa a substituir a fotografia durante boa parte da Segunda Guerra Mundial, pois durante o conflito alguns

materiais importados (como o celulóide), imprescindíveis para a composição das imagens fotográficas, ficaram escassos¹⁴.

O prestígio do cordel se deu pelo alcance que teve nos circuitos urbanos, entre eles o nicho acadêmico, que o converte em objeto de estudo. O apogeu do cordel não seria possível, no entanto, sem a legitimidade alcançada pelo romance político-social dos anos trinta (que o mobiliza como traço de autenticidade, como se verá mais à frente) e, por conseguinte, pelo seu êxito editorial nos mercados urbanos do livro. A profusão do cordel também ocorreu em meio à circunscrição da unidade temática do cangaço, que despertava grande interesse por parte dos leitores e apreciadores dos diferentes meios. Esse conjunto de *afinidades eletivas* (WEBER, 2004) reclama um tratamento mais demorado, porquanto relaciona a técnica da xilogravura à técnica industrial da fotografia no que concerne à constituição de uma memória social específica e sua sedimentação no interior dos distintos mercados culturais.

Figura 02. Exemplos de folhetos de cordel, cujos desenhos das capas foram obtidos a partir da técnica da xilogravura.



Fonte: Academia Brasileira de Cordel, Rio de Janeiro.

A fotografia não chega a competir com o cordel, ambos se complementam e assumem funções bastante diferenciadas. O regime dos usos é bastante distinto. Embora tenha

¹⁴ Luiz da Câmara Cascudo, *Cinco livros do povo*. 1ª edição, editora universitária, UFPB, João Pessoa, 1994.

claramente uma função informativa (como de fato teve, como se pode notar por ocasião da Primeira Guerra Mundial) a narrativa do cordel deixa claro que o fato em si deve receber contornos de ficção, tornando-se um objeto lúdico-ficcional decisivo para a formação do imaginário popular sertanejo-nordestino, que passa inspirar a renovação de toda uma memória oral através do repente e das pelejas. É nesse sentido que passa a fazer parte do cotidiano das grandes feiras populares, verdadeiros centros de diversão e entretenimento, como Caruaru, em Pernambuco, Feira de Santana, na Bahia e Campina Grande, na Paraíba, mas não só nessas. Com o aumento do processo migratório em direção aos centros industriais do eixo Rio - São Paulo (que passa a apresentar uma grande curva ascendente em meados dos anos cinquenta), as feiras de São Cristóvão, no Rio de Janeiro (também conhecida como “Feira dos Paraibas”), e as feiras correspondentes em São Paulo (conhecidas como feiras dos baianos), se tornaram palco da expressividade da literatura cordelista, onde as três dimensões aparecem amalgamadas. O movimento de legitimação das imagens fotográficas percorre um percurso justamente oposto, pois insiste em tornar evidente e dotar de força simbólica a gramática do real.

Dos anos trinta até o início dos anos sessenta do século passado, acompanhando o processo de traslado das memórias lúdicas e simbólicas dos sertanejos em direção aos centros urbanos, diversas gráficas e distribuidoras de cordel são montadas nas capitais nordestinas e no eixo Rio - São Paulo. Merece destaque a *Editora Prelúdio*, depois *Editora Luzeiro*. Ambicionando conquistar as gerações mais novas dos imigrantes que deixavam os espaços rurais, a editora aposta em um novo formato de cordel, colorido, com grandes ilustrações, com histórias urbanas. A técnica da xilogravura é remodelada dentro dos traços de suavização que lembram a narrativa das histórias em quadrinhos e dos almanaques de aventura. Lampião e Maria bonita, por exemplo, aparecem a partir de um pano de fundo que consiste em aliar o ideal de beleza urbano, com sua polidez e economia de gestos, ao ideal da aventura exótico do cangaço, marcado pela agressividade dos gestos e pela rusticidade dos trajés.

Seguindo esse diapasão, o folheto cordelista se transforma e se diferencia, passando a fazer parte do cotidiano urbano das grandes cidades, inserindo-se também no universo publicitário dos novos serviços urbanos. Isso não compromete, no entanto, a tese de que no Brasil se formou um cordel próprio, antes o contrário. Em *O ciclo épico dos cangaceiros na poesia popular do Nordeste*, Ronald Dauss ressalta: “Da poesia popular portuguesa no

Brasil formou-se uma poesia popular nordestina com traços inteiramente próprios, e da literatura tradicional portuguesa uma literatura popular nordestina”. (DAUSS, 1982, p.48).

Figura 03. Exemplos de folhetos de cordel produzidos pela editora Luzeiro.



Fonte: Academia Brasileira de Cordel, Rio de Janeiro.

A relação da técnica xilográfica com a técnica industrial fotográfica se dá em um plano de acomodação bastante específico. A valorização das matrizes étnico-históricas sertanejas, acionadas pelo estreito enlace entre literatura e cinema, no hiato das décadas de trinta e sessenta do século passado, não foi capaz de criar um mercado editorial próprio para o cordel. Sua expansão ocorreu indiretamente – o que não deixa de ser muito significativo -, compondo a feitura de outras obras artísticas, como filmes, documentários, peças teatrais, manifestos culturais, jornais especializados, revistas de crítica literária, capa de discos, entre outros. Assim, indiretamente, o cordel, e mais especificamente, os desenhos e imagens xilogravadas, corroboram na definição, tal qual as imagens fotográficas dos retirantes das secas, de uma moldura iconográfica que se confunde com a própria existência do *sertão* e seu acervo de significados.

A literatura de cordel também informou outra linguagem literária, essa mais canônica e responsável pela potencialização dos efeitos semiológicos inscritos nas fotografias e xilogravuras. Trata-se da linhagem de escritores do chamado regionalismo da década de trinta do século passado. Os regionalistas modernos da geração de trinta foram tributários,

entre outros aspectos, dos efeitos visuais e orais do cordel, assim como das candentes descrições contidas em *Os sertões*.

Buscando uma linguagem que fosse radicada na experiência telúrica, que não fosse uma trégua ou uma fuga da realidade, mas seu retrato contundente, o romance social de trinta passa a filtrar as imagens do *sertão*, condensando-as nos textos literários. O *sertão* mais do que ser dito e narrado pela linguagem, seria uma forma específica de dizer, de ver, de vigiar, de disciplinar o pensamento, seria o espaço da dicção em preto e branco, seria um canto triste e resignado, tal qual o aboio. Os personagens de Romances como *O quinze*, de Rachel de Queiroz (1930), *A bagaceira*, de José Américo de Almeida (1928) e *Vidas secas*, de Graciliano Ramos (1938), ganham fala, ainda que uma fala marcada pela economia de palavras. Não é simplesmente o autor que narra, os personagens nativos, portadores das experiências das secas e das guerras, portam a autoridade do sofrimento, das hesitações e angustias internas, é assim, por exemplo, com Fabiano, de *Vidas secas*.

A década de trinta apresenta uma *configuração* em que as organizações políticas e culturais, com a Ação Integralista Brasileira, o Partido Comunista, a Aliança Nacional Libertadora, a Igreja Católica, os órgãos culturais do Estado e seus ideólogos travam uma severa batalha em torno da imputação de um sentido à *nação e à identidade nacional*. Nesse momento, a literatura se converte em móvel de luta importante para se impor uma fala e uma narrativa sobre o real, oferecer uma interpretação e uma linguagem legítima, produzindo dispositivos de reconhecimento e produção de novos significados. É preciso localizar com maior precisão analítica a relevância estética e política do regionalismo. A abertura empírica que o período enseja em termos estéticos dificulta, na maioria das vezes, o encadeamento dos elos que ligam o movimento a outros, como, por exemplo, o Cinema Novo.

Com suas metáforas e recursos estilísticos, a literatura erigida a partir dos anos trinta expressou inquietações, abrigou contradições e tensões muitas vezes insolúveis, estabeleceu esquemas de denúncia e também de controle ideológico. A chave da compreensão está em perceber o regionalismo como um sintetizador das dispersas camadas de significação oral e visual existentes no *sertão*. Há um registro geral: trazer à baila as profundas assimetrias de uma paisagem-homem. A síntese consistia em fazer desaguar nos textos as estruturas mais vivas da desigualdade. Ao mesmo tempo em que fazia saltar dos romances um brado de denúncia, revestido de um apelo missionário: fazer da literatura um movimento de

renovação e atualização da linguagem, depurando-a na direção de uma ação ético-moral que revelaria o Brasil a si mesmo, aquele Brasil “profundo”, “denso” e “verdadeiro” (XAVIER, 2007). Os romances de trinta estão muito próximos de um documentário cinematográfico. Flávio Campos, ainda no final da década de trinta do século passado, afirmou que livros como *Vidas Secas*, de Graciliano Ramos, traziam os elementos que uma cinematografia reclama: movimentos, cenários, intensidade dramática, beleza e verdade¹⁵.

A oferta de recursos imagéticos e a condução da narrativa, próxima de um desenho que lembra o rigor de uma geometria espacial, oferecem todos os recursos para a pesquisa que o cinema novo irá realizar em torno dos romances, destacando-os como o elo direto de ligação para conformação da matéria-prima discursiva que engendra a *Estética da fome* (XAVIER, 2007). Os romances são demonstráveis, se oferecem para a imediata imaginação e representação do espaço sertanejo e de seus eventos sociais mais significativos. A precisão e economia das metáforas, o rigor com que os monólogos são travados, a abertura de possibilidades imagéticas que o autor cria são todos resultados da combinação de um estilo realista descritivo, combinado a impessoalidade do discurso indireto livre e às forças visuais experimentadas durante a infância e adolescência, cujo resultado acaba sendo uma chamada de atenção para a linguagem e para a questão sociolinguística de um modo geral. Assim, sintetizar as sinuosas matrizes de significação implicou um trabalho de escolha que recaiu obre a regularidade sócio-natural mais importante das décadas iniciais do século passado: as secas. As energias criativas dos escritores passaram a revolver as reminiscências da memória social dos retirantes.

Foi assim com Rachel de Queiroz, que converte a seca de 1915 em eixo central de seu romance, *O quinze*. A escritora contava cerca de cinco anos quando da irrupção da seca de 1915, assim procurou condensar sua experiência afetiva e compilar lampejos de memórias em torno da trama, sobretudo quando fala das crianças e das vítimas encerradas nos campos de concentração nos centros urbanos de Fortaleza, para onde convergiam legiões de retirantes. A escritora cresce sobre o impacto visual e moral dos desdobramentos da grande seca de quinze, mas assiste também a outras que a sucedem no decurso da década de vinte. Com efeito, o ato mais revelador e dramático da trama, constituindo-se mesmo em seu núcleo narrativo, é o momento em que a família do vaqueiro Chico Bento é obrigada a deixar a fazenda onde o vaqueiro trabalha.

¹⁵ Jean Claud Bernardet, *Brasil em tempo de cinema*, 2007. Editora Companhia das letras. 2º edição. São Paulo, 2007, p. 29.

Diante do prolongamento da seca, Dona Maroca, dona da Fazenda onde a família do vaqueiro Chico Bento retira seu sustento, dá um ultimato: se até o dia de São José não chovesse, o vaqueiro poderia soltar o gado pela estrada e, assim, estaria desobrigado de seus afazeres. A sentença foi cumprida. Como não choveu até o dia de São José (19 de Março), Dona Maroca ordenou a Chico Bento que liberasse o gado e o liberou de seus compromissos na fazenda. De súbito, Chico Bento e sua família, após vender alguns poucos pertences e providenciar a partida, já que não teria mais nenhuma garantia de renda, ganha um novo status social: retirante. A condição de retirante é ensejada por conta da seca, restando a família de Chico Bento apenas o sofrimento, a luta com o sol, com a fome e com a morte cada vez mais iminente. A partir daí o romance se desenrola em uma *narrativa de fuga* em direção a Fortaleza, e, portanto, ao litoral, diante do qual a família passa pelas maiores agruras: fome, sede, morte.

O estilo desenvolvido em *O quinze* prima por um naturalismo de “província”, preocupado apenas em falar de uma paisagem e um homem sem grandes incursões científicas, filosóficas, ou erudições espiritualistas. A linguagem é direta, sem longas digressões explicativas, sem uma forma claramente definida. O arranjo estilístico adere ao naturalismo sem ser simplesmente naturalista, preocupado com as minúcias científicas da paisagem, do espaço e de seus habitantes. O romance, a partir de seu núcleo narrativo principal, o drama familiar do ex-vaqueiro Chico Bento, instaura a *narrativa literária da fuga*. Embora mantenha distâncias formais e estilísticas, vê-se que o texto, *Vidas secas*, de Graciliano Ramos, publicado oito anos depois, assim como outros romances regionalistas, seguem uma *estrutura formal da fuga*. O fator desencadeador da fuga é a seca; como para Rachel de Queiroz ela é um elemento desagregador, e não uma componente imanente da cosmologia social e natural do *sertão*, como parece ser para Euclides da Cunha. A seca aparece como algo estranho e o único evento capaz de retirar o homem sertanejo da sua comunhão com o espaço, a natureza e consigo mesmo.

A *narrativa da fuga* cria um modo de penetrar e socializar o olhar dentro da trama de significados do *sertão*. Dentro da estrutura de *O quinze*, os atos que narram o drama familiar de Chico Bento não se interrompem, se complementam, as implicações da retirada em direção à cidade se sucedem. Segundo essa mesma senda, a *narrativa da fuga* cria diversos eventos e situações que fazem lembrar, a todo o momento, a condição de retirante. Não há

nomes ou individualidades, mas antes a designação impessoal e vilipendiosa de retirante. O status de retirante é, de longe, o mais comum e facilmente reconhecido.

A obra de Graciliano e seu romance mais célebre *Vidas Secas* é outro testemunho vivo dessa dimensão. Sua memória de menino do *sertão* ajuda a compor uma trama introspectiva extremamente complexa. O passado é atravessado pelos choques do presente, por uma espacialidade formada por coisas, entes, paisagens e pessoas, trazidas para evidenciar um elenco de reminiscências, corroboradas por indivíduos que possuíam a sensação de perda, de violação de um tempo e de uma época. Graciliano transforma suas memórias pessoais nem painel de uma época e de uma região contra as confusões e transformações de outra.

No texto não há referências a lugares, nem tampouco há nomes de cidades ou outros mundos, também não há mecanismo lingüístico que denote se o tempo da narrativa é o mesmo tempo narrado, ou vice versa. O lugar onde se desenrola a trama, que poderia ser qualquer lugar do vastíssimo *sertão*, aparece como um microcosmo, um núcleo representativo da vida rústica, seca e monossilábica dos habitantes: uma velha casa de fazenda, uma pequena aguada, um curral e um chiqueiro para os animais menores¹⁶. Embora haja uma clara relevância atribuída aos demais personagens, a unidade do romance é assegurada pela figura da personagem do vaqueiro Fabiano. No texto este incorpora à sua subjetividade todo um sistema de tensões e assimetrias. Está preso a um sistema de hierarquias sociais bem definidas. Encurralado num sistema de tensões que não o deixa se movimentar; passando a idéia do sertanejo acossado por todos os lados. Através do homem-síntese Fabiano, o narrador instaura na percepção do leitor e das demais formas de produção cultural a imagem de um *espaço - vitima*, onde a vida é a mais difícil de todas, porque silenciosa e extremamente seca.

O núcleo central do romance, que de tão central ocupa um espaço significativo também no filme de mesmo nome, é composto pelo episódio da prisão de Fabiano. Durante a prisão o vaqueiro Fabiano recebe um convite para ingressar no cangaço, feito por um preso que já havia participado do movimento. A todo o momento Fabiano se lançava no seu mundo de dúvidas e angústias, no seu mundo de incompreensões: soldado amarelo, cadeia, prefeito, patrão... Não sabia ao certo porque estava ali, uma vez que para o mesmo não havia feito nada. Tudo isso aguçava sua chama de revolta e violência. Após ser solto Fabiano regressa

¹⁶ Elder Alves. *A configuração moderna do sertão*. Dissertação de mestrado defendida em dezembro de 2004 junto ao Programa de Pós-graduação em sociologia da Universidade de Brasília (PPG-SOL-UNB).

para casa, em por um instante, montado em seu cavalo e com a arma do cangaceiro na mão, se encontra diante de um labirinto na caatinga que possui uma bifurcação, dois caminhos distintos. Cansado e humilhado o vaqueiro pensa: ir pelo caminho que leva ao cangaço, que o permitiria se vingar de todos (soldado, patrão, prefeito, etc), ou voltar para casa, para perto dos filhos e dar seguimento a sua vida de vaqueiro resignado. Essa cena é transposta para o filme de Nelson Pereira dos Santos e, de acordo com as possibilidades imagéticas e semiótica da fotografia cinematográfica, ganha contornos de uma escolha dramática que é a própria síntese do *sertão/Brasil*. Qualquer uma das escolhas iria implicar dor, sofrimento e perda. Poderíamos chamar a bifurcação narrada na poesia do texto e na poesia da imagem cinematográfica de *encruzilhada/Brasil*.

A geração de romancistas dos anos trinta se estabelece como uma geração porque está atravessada por um fio comum: são escritores eivados por um sentido de missão, de uma poética discursiva que não transige com os recursos indiretos das figuras de linguagem, dos mecanismos de suavização da dor e da dominação. Tal qual a geração de folcloristas-românticos dos anos cinquenta¹⁷, essa também muito informada pela poética sertaneja da geração de trinta, a geração de Graciliano Ramos, Rachel de Queiroz, José Lins do Rego, Américo de Almeida, entre outros, forjou para si uma auto-imagem de luta e enfrentamento, munidos por uma *estrutura de sentimentos* (WILLIAMS, 1989) tecida a partir do testemunho da seca, do cangaço, do cordel, etc.

O mencionado *aluvião sertanejo* destacado por Cândido, só ganhou mesmo pujança a partir das condições assumidas pelo mercado editorial brasileiro a partir da década de trinta. As mudanças experimentadas pela economia brasileira nessa década imprimiram um novo ritmo de diferenciação dos grupos e classes sociais urbanas, matizando um novo desenho das clivagens de classes. Com efeito, amplia-se o mercado de consumo interno dos bens culturais, perpetrando um repertório crescente de bens e serviços culturais nos centros urbanos. Durante os anos finais do Império a maioria dos livros, inclusive aqueles publicados por autores brasileiros, lidos no país eram impressos na França e em Portugal. As mudanças nos parques gráficos das editoras brasileiras, aliado a crescente transformação de setores da economia, acompanhadas, por sua vez, de um surto de publicações nos

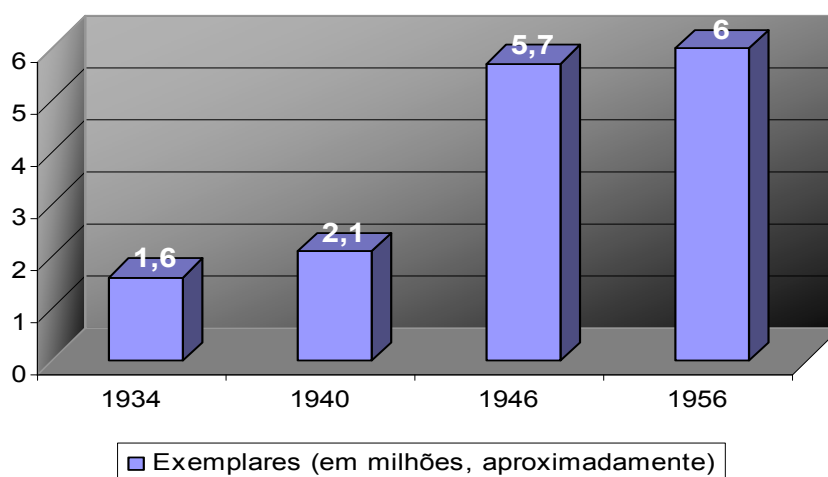
¹⁷ Luiz Rodolfo Vilhena. *Projeto e missão, o movimento folclórico brasileiro, 1947-1964*. Editora Funarte, 1º edição. Rio de Janeiro, 1997, p.132.

primeiros anos do século passado, reuniram uma conjuntura bastante favorável à substituição de importação no mercado interno editorial¹⁸.

Os principais romances do regionalismo foram lançados em meio à expansão do número de leitores, o que exerceu acentuada influência na definição dos gêneros. Esse novo público forma-se a partir da força das alterações profissionais ocorridas na estratificação do mercado de trabalho nacional, impulsionado pelo crescimento do setor terciário e de novos postos de gestão do setor público, assim como pelo aumento do número de portadores de diploma superior na área das profissões liberais. O gráfico 01 mostra o crescimento do mercado editorial em São Paulo no intervalo de pouco mais de vinte anos.

Gráfico 01.

Expansão do mercado do livro na cidade de São Paulo



Fonte: Ortiz, A moderna tradição brasileira.

Nessa expansão do mercado editorial, dois processos se combinam e se consolidam. Primeiro, a carreira de escritor passa a ganhar mais regularidade, passando a contar com soldos e ganhos provenientes do fôlego auferido pelo mercado editorial; segundo, a literatura ficcional, sobretudo o romance de caráter regionalista, se consagra como gênero literário do período. Os escritores que então investiam no gênero ficcional desde o começo de suas carreiras encontraram maior facilidade de estabelecimento e fixação nos espaços de publicação e editoração. Eram escritores em sua maioria vindos das províncias, como os

¹⁸ Sérgio Mileci, *Intelectuais à brasileira*. 1ª edição, Companhia das letras, São Paulo, 2001, p. 218.

estados nordestinos, que se achavam distantes dos principais centros de distribuição e produção cultural. Eram autodidatas pertencentes quase sempre a famílias de proprietários rurais que se arruinaram, que nessa situação migravam para o centro-sul em busca de estabilidade em algum cargo público, na imprensa ou em órgãos das administrações estaduais e municipais. Certamente o fato de *Vidas secas* ter passado a ser exigido como obra obrigatória nos exames de admissão das escolas secundárias do Rio de Janeiro e São Paulo durante os anos cinqüenta contribuiu bastante para a expansão verificada acima, assim como consolidou a profissão de escritos na estrutura de profissões do mercado editorial e na esfera cultural.

É preciso situar a expansão do mercado editorial dentro da limitação estrutural do quadro de 55% de analfabetos em todo o país em 1940. Essa limitação, por outro lado, demonstra a força dos filtros de consagração e canonização engendrados pelos nichos intelectuais-artísticos ao longo dos anos trinta e quarenta, período de apogeu da literatura regionalista de matriz sertaneja. Importa perceber que a consagração estabelecida antes impactou nas escolhas estéticas da geração de cineastas dos anos sessenta, década em que grande parte dos romances regionalistas foi adaptada para a linguagem cinematográfica, recrudescendo assim a relação de intertextualidade entre fotografia, literatura e cinema.

Os estímulos visuais suscitados pelos textos, assim como as metáforas que mobilizam costumam um novo fio na trama de formação do *sertão* como um *espaço-vítima*, cristalizando de vez o registro *sócio-cultural da fome*. Esse quadro estético-político imprime um redirecionamento na maneira de classificar a própria literatura nacional, passando o regionalismo à condição de voz autorizada sobre o *sertão*, ou melhor, uma voz do *sertão*. Embora houvesse outros movimentos literários de outras regiões e latitudes do país e, portanto, também regionais, o movimento que passa a se confundir com a classificação *regional e regionalista* é cada vez mais aquele ligado aos escritores nordestinos e à temática do *sertão*.

A partir da consecução desse filtro de autoridade e dos desdobramentos implicados mediante os efeitos estéticos e políticos da *Estética da Fome*, o *sertão* passa a se configurar como um sentido definido a partir de alguns registros sócio-culturais que apontam para o interior do país, para as profundezas da *nação*, como uma *idéia-força* que agrega as demais interioridades, como uma bússola que sempre informa: ao se falar de *sertão*, é sempre o interior da região Nordeste que emerge, é sempre a seca, o retirante, a fome, a violência

mítica e heróica do cangaço, é sempre o messianismo de um líder religioso local. A esse processo chamei em outro trabalho de *monopólio de sentido*¹⁹.

O esforço analítico de agrilhoar em um mesmo movimento teórico-metodológico a expressividade e as produções simbólicas possibilitadas mediante as técnicas de reprodução de imagens e a formação de uma memória social, galvanizada através de ciclos de expansão dos mercados de bens culturais, encontra ressonância nos trabalhos de Raymond Williams e Pierre Bourdieu. O edifício teórico erigido por Williams repousa no desenvolvimento da noção de *materialismo cultural*. Longe de atribuir à cultura um espaço de autonomia diante das determinações sócio-econômicas, mas também distante de imputar à dimensão simbólica apenas um reflexo de uma causalidade material, o autor incorpora alguns achados da tradição hegel-marxista para desenvolver uma família de conceitos que apreenda a dimensão cultural como um processo histórico também material. Assim, materialidade e imaterialidade se fundem na obra de Williams.

Os artefatos técnicos de produção simbólica são e devem ser levados em conta diante da noção de *materialismo cultural*, pois essa noção abriga justamente a totalidade do fazer cultural. Além dos meios, e dos conteúdos das obras, importa perceber também as condições gerais diante das quais as práticas de produção simbólica se realizaram. Assim, à luz da tradição marxista, agora incumbida também de conferir à cultura o estatuto de dignidade empírica, é preciso compreender a especificidade histórica dos meios e as condições de produção simbólico-cultural. Segundo Maria Elisa Cevalco, assim como Mikhail Bakhtin, Williams oxigenou o pensamento da tradição marxista no que ele tinha de mais débil, isto é, uma reflexão da cultura como uma não produtora de realidades, tanto simbólicas quanto materiais: “a ênfase numa vertente marxista precisa ser refinada para dar conta de que a cultura também é produção, ou nos termos de Marx, além de produzir mercadorias, as pessoas produzem a si próprias, não, para continuar falando como ele, em conduções de sua própria escolha” (CAVASCO, 2005, p. 83).

A ênfase a qual se refere Cevalco se dá através de uma renovação conceitual que passa a objetivar a produção cultural a partir de suas duas dimensões complementares, ou seja, suas diversas linguagens e reverberações a partir dos esquemas de relações presentes na produção, algo que abre as portas para se pensar a cultura como vetor decisivo do processo

¹⁹ Elder Alves. *A configuração moderna do sertão*. Dissertação de mestrado defendida junto ao Programa de Pós-graduação de Sociologia da Universidade de Brasília (PPG-SOL-UNB), em dezembro de 2004.

econômico, na medida em que o capitalismo só pode ser pensado na conjugação inseparável entre materialidade e imaterialidade, daí a noção de *industrialização do simbólico* se apresentar como uma possibilidade de compreensão de um fenômeno que faculta entender as tensões e complementaridades técnicas (matérias) e simbólicas (imateriais). No decurso do desenvolvimento da noção de *materialismo cultural*, Williams afastou os distintos exageros teóricos, equilibrando seu edifício teórico em um ponto suficientemente seguro diante dos efeitos do tempo. Trata-se de uma ironia diante daqueles que viam nas renovações tecnológicas a destruição pessimista de um tempo idílico. A essa cegueira exagerada o autor chamou de “determinismo tecnológico”, pois consistia em ver nos artefatos técnicos apenas a imediata aniquilação do espírito da cultura, de sua “pureza” imaculada. Sobre o desenvolvimento da noção de *materialismo cultural* o autor fala:

Demorei trinta anos para sair da posição marxista vigente e chegar, através de um processo muito complexo de teorias e de investigação, a posição atual, que defino como “materialismo cultural” (...) O que eu diria ter conseguido formular, mas necessariamente por essa via, é uma teoria da cultura como um processo produtivo (material e social) e das práticas específicas, e das “artes” como usos sociais de meios materiais de produção da linguagem como consciência prática às tecnologias específicas da escrita, passando pelos sistemas eletrônicos e mecânicos de comunicação. (Apud, CAVASCO, 2005, p.89).

Indagando-se sobre os posicionamentos metodológicos assumidos durante a uma pesquisa que objetivava desvendar as formas dos usos sociais dos bens culturais, Pierre Bourdieu destaca: “eu afirmava que a ciência da obra de arte tinha como fim reconstruir o código artístico, entendido como sistema de classificação e divisão historicamente constituído e que se cristaliza em um conjunto de palavras que permitem nomear e perceber as diferenças; ou seja, mais precisamente, fazer a história desses códigos, em função especialmente das transformações dos instrumentos matérias e simbólicos de produção”(BOURDIEU, 2005, p. 182). Essa indagação de Bourdieu é feita por ocasião da sua necessidade de situar o profundo impacto gerado no olhar do artista em função do advento das novas técnicas de reprodução de imagens, como a fotografia. Mais à frente o autor cita o historiador da arte Michael Baxandal para enfatizar a dificuldade de situar as transformações daquilo que Bourdieu chamou de *gênese social do olhar*: “a maior parte dos hábitos visuais de nossa sociedade não são naturalmente registrada nos documentos escritos” (BAXANDALL, 2004, p.120).

Essa observação de Baxandall é útil para encadear os elos entre as transformações técnicas e simbólicas das primeiras décadas do século XX, onde se situa o romance regionalista de 30 e o movimento modernista. O primeiro, em certa medida, é inteiramente tributário do segundo. Essa dívida se ergue exatamente na esteira da renovação estética e lingüística que os modernistas urbanos realizaram, ou seja, da inserção do fluxo de signos e imagens que começavam a estruturar os centros urbanos (códigos publicitários, salas de transmissão de imagens, automóveis, linhas de montagem de metalurgia, fábricas, edifícios e construções brotando por toda parte, etc.), nos poemas, nas crônicas, nos romances, nas pinturas, nas esculturas, entre outras. A influência do cotidiano transformador do trabalho urbano-industrial confere um apego ao real que marcará toda a linguagem artística e estética do modernismo, conformando uma síntese entre tradição e modernidade que só foi possível pelo apego ao prosaico, ao cotidiano, à autêntica matéria-prima criadora e transformadora da vida real. O palco da experimentação artística do modernismo é a rua, a fricção dos corpos nas praças e nos bondes, o barulho da fábrica, o automóvel, as imagens fotográficas e a necessidade de novas descobertas e lugares. A força dessas descobertas leva José Carlos Durand a acentuar:

Muito embora o abstracionismo não fosse de todo desconhecidos no Brasil antes das bienais a onda de abstracionismo geométrico e informal que eles provocaram chegou a perturbar artistas já conhecidos em uma produção figurativa que correspondia a uma orientação fundamental do modernismo nos anos vinte, qual seja, a de pintar o Brasil “autenticamente”. A tônica “social” da literatura dos anos trinta e quarenta reforçou a pintura figurativa e os temas nacionais e regionais, exaltando os valores dos tipos humanos e da natureza do Brasil. O destaque alcançado pelo romance “social” regional dos anos trinta e quarenta despertava a atenção do público leitor para tipos humanos ainda não cantados em prosa verso. O nordestino itinerante, o cangaceiro ou o operário despontavam na literatura de ficção e nos glandes ensaios acerca da realidade sócio-econômica brasileira que caracterizaram a produção editorial da época (DURAND, 1989, p.141).

O realismo proposto pelo modernismo e difundido nos manifestos estéticos tornou-se possível a partir das profundas transformações do ambiente técnico industrial-urbano. A fotografia rerepresentava para os modernistas a possibilidade de capturar o prosaico em sua tessitura cotidiana mais íntima e espontânea, e não, como passou a ser comum no final do século XIX, como um instrumento de adorno doméstico, que exigia uma cena própria de representação, do momento da captura da imagem fotográfica como uma pose fria e sem verdade que enchia os álbuns familiares²⁰. A força da linguagem desse ambiente

²⁰ José Carlos Durand, *Arte, privilégio e distinção*. Editora Perspectiva, 1º edição, São Paulo, 1988, p. 106.

tecnológico inspirou o advento de outras linguagens em outras fatias da produção cultural de então. Um dos mais destacados pintores do modernismo, Candido Portinari, se notabilizou por seus quadros de retirantes e cangaceiros, nas palavras de Durand, Portinari fazia uma arte “social”. Durante os sessenta, as pinturas de Portinari participaram da feitura de muitos bens culturais, como manifestos políticos, discos, cartazes de peças teatrais, revistas e livros de literatura, entre outros.

Figura 04. Telas de Candido Portinari.



Fonte: www.portinari.com.br

A retro-alimentação temática entre as distintas modalidades de bens simbólicos e suas respectivas linguagens é patente, mas é preciso compreendê-las à luz de um quadro analítico que permita iluminar outras incursões. Por exemplo, não se pretende tão-somente sustentar uma hipótese rasteira de que das imagens fotográficas e xilográficas passa-se imediatamente para as telas de Portinari, com suas complexas combinações de luz, sombra, cor, perspectiva e textura. Longe disso. Uma linguagem não sucede outra sem engendrar tensões, rupturas e deslocamentos. No entanto, o esforço compreensivo permite perceber que, na construção das pautas visuais, nas experiências urbanas que sensibilizam o olhar do pintor, do fotógrafo e do poeta modernista, um circuito dialógico foi sendo erigido. O que aparece de comum entre o quadro *Os retirantes* de Portinari e as imagens fotográficas publicadas no jornal *O Retirante* é o inter cruzamento de forças visuais que comprimem a distância temporal entre um e outro.

Essa compressão do tempo, já mencionada antes, se realiza mediante o ato de denúncia do qual essas linguagens em si são portadoras e realizadoras. Certamente os desdobramentos

do impacto das imagens fotográficas alcançam a obra de Portinari não pela semelhança em si, mas porque forma a partir dessa última uma nova camada, ainda mais contundente, de apelo ético-moral. É nesse sentido que o conceito de *diálogo* presente na obra de Mikhail Bakhtin²¹ pode iluminar esse jogo de signos, pois em vez de uma reação e de uma relação entre palavras localizadas em distintos contextos discursivos, como reação de palavra à palavra, passamos de uma reação de imagem à imagem, de forças visuais agindo sobre outras forças visuais, dialogando, pois, diante da realização de diferentes meios e temporalidades, mas informando-se mutuamente por uma certa educação visual e sensibilização do olhar especializado e/ou que vai se especializando.

As interdependências técnicas aludidas acima entre fotografia e cinema se revelam também nas próprias texturas narrativas dos romances regionalistas e, como já foi dito, suscitam muitos estímulos visuais. Como adverte Williams, é preciso atentar para as condições gerais do sistema de relação onde são produzidos os bens culturais. Se houve um *aluvião sertanejo* na literatura a partir dos anos 30, como sustenta Cândido, houve uma verdadeira torrente cinematográfica durante os cinqüenta e sessenta. Essa torrente foi denominada pelo crítico Paulo Emílio Sales Gomes de *ciclo do cangaço*²². Apenas com a unidade temática do cangaço mais de trinta longas-metragens foram produzidos no período, desses os mais premiados foram *O cangaceiro* (Lima Barreto, 1953), *A morte comanda o cangaço* (Carlos Coimbra, 1960) e *Deus e o diabo na terra do sol* (Glauber Rocha, 1963). Em *O cangaceiro*, por exemplo, há uma cena emblemática. Durante um breve intervalo das muitas lutas travadas pelo cangaço, um grupo de cangaceiros pausa para fotografias. O filme é inteiramente fiel a um dos aspectos da rotina das lutas, ou seja, a auto-exibição dos cangaceiros, e certamente fez uma alusão ao fotógrafo libanês Benjamin Abrahão, que acompanhou o bando de lampião por cerca de um ano.

Em 1936, sete anos após Mário de Andrade²³ percorrer boa parte da caatinga sertaneja com sua máquina fotográfica *kodak*, registrando e documentando aspectos da vida rural e semi-urbana do *sertão* (como a literatura de cordel e os folguedos juninas), o fotógrafo libanês realizou uma película de vinte e dois minutos com o “rei do cangaço”, além de um conjunto de fotografias. Ajudado pelo também fotógrafo cearense, Ademar de Albuquerque,

²¹ Renata Coelho Marchezan, in: Bakhtin e outros conceitos chave, Beth Brait (Org). 1º edição, editora Contexto, São Paulo, 2006, p. 41.

²² Ver Paulo Emílio Sales Gomes. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. 2º edição, 1996, São Paulo.

²³ Em 1929 o poeta modernista Mario de Andrade realizou uma longa viagem etnográfica pelo Nordeste brasileiro, mais tarde documentada e publicada por meio do livro *O turista Aprendiz*.

dono da *Abafilm*, que emprestou todo o equipamento de filmagem (uma filmadora *Ica*, de 35 mm, com filme Gevaert-Belgium, e de uma câmera fotográfica *Universal*, ambos de fabricação alemã) e ensinou as formas de manuseio, Abrahão acentuou um processo já em curso. A película realizada por Abrahão mostra imagens da rotina do cangaço: limpeza do material bélico, escolha das rotas de passagem, alimentação, festas e celebrações, onde se dança o xaxado e se canta as músicas e ladainhas regionais. A fita de Abrahão foi apreendida pelo Estado Novo nos anos trinta, mas liberada após o regime, quando então passou a ser acessada por pesquisadores, cineastas, produtores, fotógrafos, entre outros. Suas imagens foram reutilizadas em filmes como *Memórias do cangaço* (1965), de Paulo Gil Soares e *Dadá, a musa do cangaço* (1981), de José Umberto. A aventura de Abrahão, assim como as imagens captadas, como as cenas de cangaceiros e cangaceiros dançando na forma dos passos das quadrilhas juninas sertanejas inspiraram, mais tarde, já nos anos setenta, outro longa metragem, *O baile Perfumado*.

Embora o filme tenha sido apreendido, as fotografias percorreram o país, caindo como uma tempestade torrencial num já caudaloso oceano de imagens sobre o cangaço. Chama atenção o desejo de auto-realização dos homens e mulheres do cangaço e a relativa tranquilidade com que foram fotografados, além de um cotidiano surpreendentemente prosaico. Segundo Pernambucano de Mello, as fotografias enfureceram a rede de autoridades militares, desencadeando um aumento no volume de recursos destinados a repressão ao bando de Lampião. As fotografias e a película mostram lampião e seu bando acenando, pousando, rezando, almoçando a sombra de quixabeiras, dando ordens, dançando, penteando-se, limpando armas, escrevendo cartas para os jornais do litoral, reunindo-se com os demais líderes, acariciando os cachorros, lendo romances, e, sobretudo, apresentando-se em perfeito estado de saúde e higiene, bem trajado, diante dos adornos que as vestimentas e trajes dos cangaceiros abrigavam: estrelas de prata, chapéus de coro curtido, punhais de ouro, anéis de prata, camisas de brim, lenços de cetim, cartucheiras com medalhas de prata e revolveres de última geração. As poses e as exhibições desse repertório de signos diante da câmera de Abrahão revela uma verdadeira *teatricidade (theatricality)*²⁴, que fazia parte do diálogo que lampião e o cangaço realizavam com o mundo a sua volta.

²⁴ Martins, Eckert, Caiuby (org), *O imaginário e o poético nas ciências sociais*. 1º edição, editora Edusc, São Carlos, 2005.

Figura 05. Fotografias de Corisco e Dada.



Fonte: Gruspan-Jasmin, Lampião: o rei do sertão.

Durante o início da década de trinta do século passado Lampião enviava constantemente mensagens de desafio aos interventores dos Estados nordestinos. Em muitas propunha uma divisão dos Estados, ficando o interventor (como no caso de uma carta enviada ao interventor de Pernambuco em 1932²⁵) com as áreas mais próximas ao litoral, incluindo o Agreste, e ele, lampião, com o *sertão*, ou seja, as zonas mais áridas e distantes. Em uma carta de 1932²⁶ endereçada ao interventor da Bahia, Lampião sugere a divisão do território nordestino, cabendo a ele a jurisdição de 60% do total de terras da região. Essas cartas acabavam parando nas mãos da imprensa e eram publicadas nos principais jornais do Sudeste, sempre acompanhadas de fotografias e xilogravuras, e mais, eram condensadas a desafios anteriores, estabelecendo uma espécie de meta-novela. Ao mesmo tempo em que as técnicas asseguravam um domínio dos recursos visuais, permitindo as autoridades legais um esquadramento dos espaços, da fisionomia dos cangaceiros e do poder bélico, também jogava as autoridades em descrédito, estabelecendo uma tensão que se prolongou por longos

²⁵ Elise-Gruspan-Jasmin, *Lampião: o senhor do sertão*. 1ª edição, editora Edusp, São Paulo, 2006, p. 105.

²⁶ Elise-GRuspan-Jasmin, *Lampião: o senhor do sertão*. 1ª edição, editora Edusp, São Paulo, 2006, p.107

anos e dificultou sobremaneira o processo de monopolização do uso legítimo da força física (WEBER, 2004). O primeiro aspecto possibilitou um jogo de metáforas e inversões semânticas que foi posteriormente praticado dentro dos projetos de experimentação estética que se desenvolveram a partir dos anos cinqüenta e sessenta.

O abundante material fotográfico realizado sobre o cangaço duplica e triplica seus desdobramentos simbólicos. Um exemplo chama atenção, a espetacularidade criada por cenas e relatos desaguava em artigos jornalísticos que se faziam acompanhar de verdadeiros inventários semiológicos sobre o corpo dos cangaceiros, destacando suas características morfológicas, biológicas, químicas, etc. As imagens das cabeças decapitadas após o extermínio do bando e a importância conferida a sua preservação, revelam uma curiosa necessidade de exibição de poder e crença nas propriedades físicas dos crânios e corpos. Eram especulações e visões difusas, mas, sobretudo uma ação no sentido de desmistificar as propriedades mágicas que supostamente repousavam sobre o corpo de Lampião. Élise Grunspan-Jasmin²⁷ sustenta que o corpo de Lampião se converteu em verdadeiro objeto científico, estimulando os estudos de cranologia e antropometria no Brasil.

A dinâmica dos relatos orais era constantemente retroalimentada pelo sistema de crenças no qual o cangaço estava inserido, pautando o corpo de Lampião segundo os aspectos da inviolabilidade, da aliança com os poderes demoníacos e também divinos e de sua animalidade natural. Essa dimensão extra-mundana era, às vezes, repelida e por outras valorizadas, até que diante de uma operação simbólica oficial o Estado Novo inverteu o jogo e tomou a dianteira do diálogo entre lampião e o Estado. A partir de 1937 o cangaço passou a figurar, aos poucos, como um inimigo da Revolução, do Estado Novo, como um movimento subversivo que, assim como a revolução Constitucionalista de 1932 e a Intentona Comunista de 1935, ameaçava a existência jurídico-política do Estado.

As fotografias das cabeças decapitadas correram o país, no objetivo de se contrapor às imagens dos cangaceiros pousando e exibindo-se diante das lentes. Antes corpos tão saudáveis, em pleno ato de jovialidade e coragem, agora sem vida e mutilados. O mesmo foi feito com as fotografias do cadáver de Antônio Conselheiro, antes um líder popular e com poderes aparentemente extra-mundanos, agora apenas um cadáver maltrapilho. O domínio dos recursos fotográficos se traduziu também no poder de organizar os símbolos. Nos momentos mais decisivos e necessários de produção de uma imagem de extermínio e vitória,

²⁷ Élise Grunspan-Jasmin, *Lampião: o senhor do sertão*. 1ª edição, editora Edusp, São Paulo, 2006, p. 197.

lá estavam os fotógrafos do Estado, ou melhor, as fotografias que serviram ao Estado no seu processo de exercício e consolidação de um poder simbólico (BOURDIEU, 2006).

A unidade temática do cangaço representa um poderoso elo entre literatura e cinema, estabelecendo uma estreita relação de intertextualidade entre essas linguagens e seus respectivos mercados de consumo. Poemas, contos e romances desde cedo fizeram parte dos roteiros cinematográficos, oferecendo, de um modo geral, a matéria-prima das tramas cinematográficas. O cinema se avizinha da literatura em muitos aspectos, este não seria o mesmo sem a força simbólica e política inscrita na narrativa literária. Escrevendo a respeito, Umberto Eco desaconselha qualquer cotejamento apressado. Em um ensaio sobre o tema²⁸, este último ressalta que na literatura os estímulos vêm após os leitores percorrerem uma verdadeira cortina de operações semânticas e sintáticas, guiados por signos materializados em palavras e dispostos na forma de conceitos específicos.

Já no cinema, a presença da imagem visual suscita reações imediatas, tanto as fisiológicas, como risos, lágrimas, descargas de adrenalina, como outras. Ao enfatizar o que nomeia de descontínuo de homologias estruturais, Eco sublinha a idéia de que cinema e literatura, assim como as demais atividades artístico-culturais, são criadores de mitos, de fabulações que engendram a possibilidade de reconhecimento através de um elenco de sensações e experiências. Por conseguinte, como temos acentuado aqui, o resultado de ambos os empreendimentos culturais, literatura e cinema, é o mesmo: direta ou indiretamente cinema e literatura produzem processos de significação, que vão muito além do exíguo espaço em que certos livros e determinadas obras cinematográficas estiveram em voga.

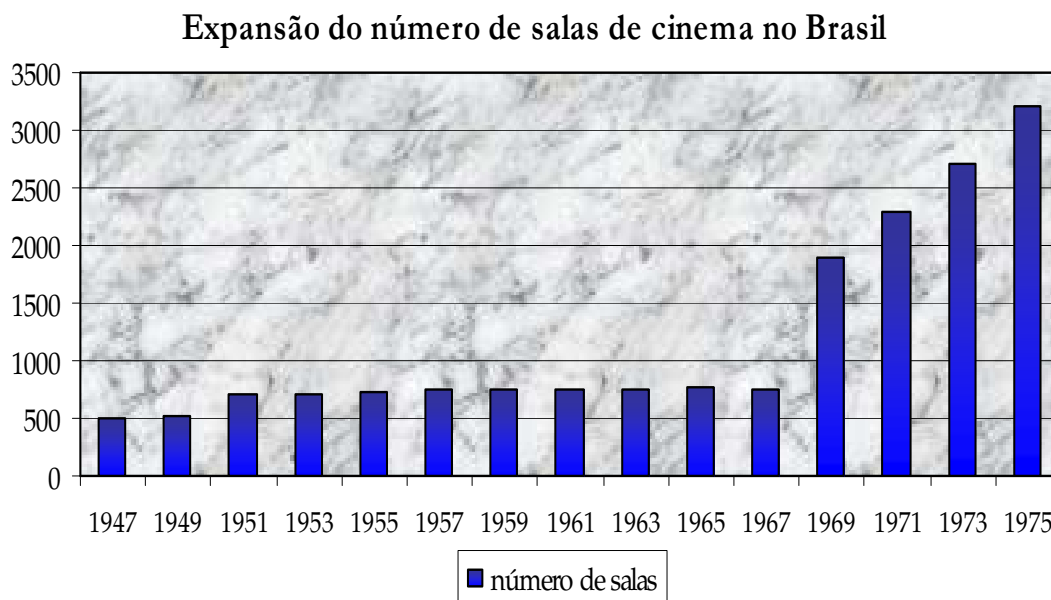
O acesso a imagens do cangaço foi aos poucos gerando uma unidade temática marcada pelo caráter espetacular do fenômeno e, como destacou Eco, pela mitologia gerativa. Foram diversos usos sociais do Banditismo social. Embora os efeitos estéticos e políticos do cangaço tenham sido maiores dentro da linhagem de cineastas ligados ao Cinema Novo, o mesmo deve ser compreendido à luz da produção cultural dos anos sessenta e do conjunto de ambivalências que foi sendo estruturado. O Cinema Novo esteve investido do mesmo caráter missionário presente nas estimas dos escritores da década de trinta. No entanto, falamos agora de cinema, o que exige um passo atrás para compreender a *configuração* da produção simbólica dos anos sessenta e sua relação com a memória e potencialização do sentido de

²⁸ Humberto Eco, *Cine y literatura; la estructura de la trama*. 1º edição, editora Madrid, Madrid, 1990.

sertão, pois exige níveis mais complexos de mediações técnicas e intertextualidades entre as narrativas envolvidas, assim como se situa em um momento distinto do ciclo de expansão dos mercados de bens simbólicos.

Os artistas e intelectuais dos anos sessenta, em sua maioria, buscavam elevar o poder de síntese do bem cultural a fim de aumentar a interlocução com o público, não raro as classes trabalhadoras urbanas, e a partir daí, ganhar em poder de explicação. É por isso que a elevação do poder de síntese dependia do cinema, pois o mesmo incorporava com grande desenvoltura outras linguagens artísticas e artefatos técnicos, como a música, a publicidade e as *tradições populares*, como a literatura de cordel. Em uma palavra, caberia ao cinema fazer a fotografia-síntese da *nação*. Por outro lado, o cinema se encontrava no final da década bastante disseminado e consolidado, sobretudo nos centros urbanos. Ademais, mesmo com a censura mais rigorosa imposta no final de 1968 (com a edição do A-5), o cinema também se achava presente, através de cineclubes e associações culturais, em muitos pequenos e médios municípios brasileiros.

Gráfico 02



Fonte: Ortiz, A moderna tradição brasileira.

A elevação do poder de síntese alcançado através do cinema propiciou uma aproximação dos horizontes de significados entre “povo e artista”. Esse era o grande desafio das frações e grupos de intelectuais do período, convertido em objeto de grande angústia. Esse poder de síntese se realizou por excelência na fita do cineasta baiano Glauber Rocha, *Deus e o Diabo na terra do Sol*, 1963/1964, onde o mesmo condensa diversos planos histórico-sociais, potencializando a mitologia do *sertão* ao extremo através de uma poética da imagem.

Há no filme a combinação de temporalidades distintas, de nomes históricos que viveram em locais distintos do *sertão*, entre espaços ainda mais distintos, entre uma peça musical de Villa-Lobos e o canto do cordel, enfim, o autor leva às últimas conseqüências o que ele mesmo chamou de *trialética*, em alusão ao método histórico-material da dialética. Para o mesmo o filme representou o encontro de três forças históricas, e não apenas de duas: o poder do messianismo religioso, da violência do cangaço e dos coronéis latifundiários. O filme é um verdadeiro mosaico, que cumpre apenas parte dos objetivos propostos através da elevação do poder de síntese em direção ao diálogo com o público, ou seja, foi sintético em seu estilo e forma, apresentando-se como arte de unidade que é o cinema, mas “falhou” na ausência de interlocução, foi “hermético” e “árido” demais, daí as fraturas e crises entre os grupos artísticos em torno da discussão de arte engajada ou não, arte simples ou rebuscada, popular ou erudita, industrial ou artesanal, nacional ou estrangeira, e outros tantos pares de opostos.

Em seu manifesto de 1965, a *Estética da fome*, Glauber Rocha sustenta a idéia de um cinema faminto, filmes que incorporassem na narrativa toda a fome e tristeza das populações latino-americanas; filmes que não tratassem da fome e da violência como temas, mas que também fossem famintos em razão da pobreza de seus meios de produção, a pobreza material de estilo sinalizaria a pobreza do mundo real. Para Glauber, a originalidade da América Latina era a fome, e a manifestação cultural mais nobre da fome seria a violência. Esse desiderato já está, ainda que sob outros condicionamentos, presente na literatura de trinta, pois em filmes como *Vidas secas* e *Deus e o diabo na terra do sol* – ao contrário de obras como *O cangaceiro*, de Lima Barreto, 1953 – o plano da experiência das contradições e das angústias é demasiado valorizado a partir da própria linguagem dos principais personagens, ou dos longos silêncios, que revelam introspecção e dúvida, como

em *Vidas secas*. Comentando o manifesto *Estática da fome*, o crítico Ismail Xavier assevera:

Da fome. A estética. A preposição “da”, ao contrário da preposição sobre, marca a diferença: a fome não se define como tema, objeto do qual se fala. Ela se instala na própria forma do dizer, na própria textura das obras. A carência deixa de ser obstáculo e passa a ser assumida como fator constituinte da obra, elemento que informa sua estrutura, do qual se extrai sua força de expressão (...). A estética da fome faz da fraqueza sua força, transforma em lance de linguagem o que até então é um dado técnico. Coloca em suspenso a escala de valores dada, interroga, questiona a realidade do subdesenvolvimento a partir de sua própria prática. (XAVIER, 2007, 112).

Um aspecto que marca a produção simbólica dos anos sessenta é o estreitamento, a quase fusão, das atividades políticas e culturais. Durante a década produziu-se quase que um amálgama das ações e instituições políticas com as práticas e instituições culturais, das quais faziam parte, além do Cinema Novo, o Teatro de Arena, os Centros Populares de Cultura (CPCs), da União Nacional dos Estudantes (UNE), entre outros. Tudo isso em meio à especialização do consumo simbólico, a expansão dos mercados culturais e ao crescimento das classes médias urbanas escolarizadas. A fusão entre política e cultura, tributária, em boa medida, do desmonte das instâncias de representação e atuação política (sindicato, associações de classe, congresso nacional, etc.) após 1964, fez brotar uma ambivalência estrutural no diálogo dos intelectuais-artistas com o público, ou se quisermos, de artistas com o povo, ou mesmo, da intelectualidade com a *cultura popular*.

Segundo Marcelo Ridenti, essa aproximação gestou uma geração de *românticos revolucionários*, incumbida de revelar, mais uma vez, o Brasil a si mesmo, só que agora munida de um poderoso repertório estético e político, tanto teórico quanto prático. Ou seja, o teórico vinha do amadurecimento e da legitimação das teorias filosóficas e políticas, como o materialismo histórico, o prático vinha do desenvolvimento de tecnologias de síntese, como o cinema, capaz de alcançar um número muito maior de pessoas. Em entrevista concedida ao próprio Ridenti, o cineasta Carlos Diegues ressalta:

Era como se não nos permitíssemos separar as coisas, estávamos de tal modo convencidos que iríamos construir um mundo melhor que nem alimentávamos dúvidas: no dia seguinte o mundo seria melhor e risonho graças as nossas peças, filmes, textos, etc. Então isso implicava uma responsabilidade tão grande que a vida privada deixava de existir. Escrita privada e a vida pública tinha se tornado uma só”. Muitos cineastas, artistas e intelectuais do período, como mostra Ridenti, quando indagados por que faziam cinema, respondiam, na maioria das vezes: “faço cinema porque não posso fazer política. (DIEGUES, apud RIDENTI, 2000, p. 73).

Diante das experimentações artísticas dos *revolucionários românticos* cruzam-se narrativas, forças visuais, linguagens, tradições orais, matrizes iconográficas, tudo em meio ao ideal revolucionário político-cultural. E mais, todo um sistema de relações e disputas facultadas pela tecnificação da estética e ampliação dos mercados culturais. Este aspecto, particularmente, a produção dos significados que depositavam no acervo iconográfico do *sertão* mais tinta e mais som, ganhava ainda mais densidade e expressão, pois as misturas e combinações levavam sempre em conta as matrizes dessa memória. As relações entre cinema, literatura, canção e cordel representa um índice incontestemente a esse respeito, notadamente no que diz respeito aos intercruzamentos inter-geracionais de intelectuais-artistas brasileiros.

Vidas secas, o filme, por exemplo, representa o pináculo do encontro entre cinema e literatura no interior da produção cultural brasileira do período. Representa um encontro intertextual e inter-geracional, marca uma interlocução entre dois tempos distintos. Condensa, em termos estilísticos, formais e políticos, o encontro de duas escolas artísticas e duas gerações de intelectuais nacionais. O elo sócio-histórico de união dessas duas gerações, a dos romancistas regionalistas dos anos vinte e trinta e a dos cineastas dos anos cinquenta e sessenta, é a *nação*, seu conteúdo cultural e sua força simbólica; a moeda de interface, por outro lado, foi à política, ou seja, o imperativo de transformação social a partir da denúncia e do protesto cultural. *Vidas secas* é assim um encontro candente de um longo encadeamento inter-geracional de intelectuais-artistas brasileiros.

A grande unidade temática entre livros e filmes nesse momento, como já foi dito antes, é o tema do cangaço. O banditismo social sertanejo entra no amalgama político-cultural erguido pelos *revolucionários românticos* (RIDENTI, 2000) como um fenômeno heurístico. O cangaço seria a grande força desafiadora, seria uma mitologia posta a serviço de uma racionalidade político-cultural. Ridenti adverte que essa combinação não fastia o caráter romântico, mas antes confere uma acomodação que implicará em uma série de remanejamentos futuros. O cangaço aparece no teatro, na poesia, na música, na literatura, mas é no cinema que sua expressividade se realiza. E se realiza, mais uma vez, pelo poder de síntese que o cinema permite e exige. O fenômeno aparece em diversas fitas ao longo dos anos cinquenta e sessenta, e seu ciclo alcança a maior pujança a partir dos desdobramentos políticos do manifesto *Estética da fome*.

O cangaço está fora das hierarquias de poder, ele é uma ameaça constante para o equilíbrio da *balança de poder local* (ELIAS, 2001). É por meio da introdução do cangaço que o autor dialoga com um grande número de filmes nacionais que durante os anos quarenta e cinquenta tiveram seus enredos devotados ao fenômeno²⁹. Ao contrário de Fabiano, de *Vidas secas*, Manoel se revolta contra as humilhações e explorações e adere ao cangaço para vingar o líder messiânico morto, Sebastião. Assim, *Deus e o diabo na terra do sol* mantém latente a idéia-metáfora da *encruzilhada Brasil*, talhada por Nelson Pereira dos Santos em *Vidas secas*. Para Glauber Rocha essa encruzilhada iria dar em muitos caminhos, em um labirinto infinito de questões e processos. Logo de saída o filme envereda, através da personagem do vaqueiro Manoel, na encruzilhada que Fabiano se defrontou e recuou. O vaqueiro Manoel, envereda pelo caminho místico e violento do messianismo religioso, e depois ingressa na espiral de violência do cangaço. Os filmes dialogam bastante, criam possibilidades para pensar a produção cultural brasileira e sua avidez de experimentação estética e política.

No entanto, para além da decomposição interna da obra, daquilo que seria um mergulho exegético nos labirintos das cenas, importa acentuar que ao levar as últimas conseqüências o imperativo de legitimação da violência através da força desordenada e trágica do cangaço, o diretor corrobora em tecer um argumento demasiado importante para a conformação da teia de sentido do *sertão*, muito valorizada pelos *revolucionários românticos* dos anos sessenta, qual seja, do sertão como um espaço da força, da resistência, da tenacidade, da luta encarniçada, da coragem, do enfrentamento. Esse léxico é sintonizado, com perfeição simétrica, ao tema das lutas culturais contra a *indústria cultural*, o *colonialismo cultural* e o *imperialismo cultural* (ORTIZ, 2003). A força é apenas uma face da mesma moeda, que do outro lado exhibe a riqueza simbólica, a verdade do canto, do verso solto e rebelde. Força e autenticidade viram sobrenome para o *sertão*. Tornam-se um alicerce valorativo e matéria-prima dos roteiros, das narrativas, dos cenários e das canções.

Acompanhando o emaranhado de fios que o cinema junta por ocasião do seu interesse no cangaço, não é só mais a interpenetração de forças visuais, mas também de efeitos sonoros, de impactos auditivos e condensação de sons, que reclamam agora um diálogo com as imagens. O próprio diretor do filme ressalta: “a música feita para o cinema tem de ser

²⁹ Dos anos trinta até o início dos anos sessenta do século passado mais de trinta filmes, entre longas e media-metragens, foram exibidos sobre o cangaço.

parte da imagem”³⁰. *Deus e o diabo na terra do sol*, por exemplo, é um filme sonoro, narrado segundo a sonoridade e harmonia do cordel. Em seu premiado estudo, Sylvia Nemer indaga:

Como na tradição oral, o espectador faz parte da performance e contribui, assim, para constituir a trama. O espectador nesse caso é envolvido na interpretação de um modo diferente daquele que caracteriza o ato habitual da recepção cinematográfica. Seu lugar, como o de Manoel (protagonista da história) é instável. O que o espera mais adiante? Qual é o ponto de chegada? A história termina no final da narração? (...) a canção em *Deus e o diabo* tem um caráter duplo, de transgressão e adaptação de códigos. É preciso observar que, nesse caso, não se faz referência à canção propriamente dita, mas à sua utilização, à sua interação com o campo visual. As canções não foram compostas para essa ou aquela cena específica, mas para o poema, que é o próprio enredo do filme. Isso é central, pois, apesar da autonomia que possui em relação à imagem, a canção é, ao mesmo tempo, parte dela. (NEMER, 2007, p.88).

Como se pode depreender, imagem e som alcançam, não só no filme citado, mas em boa parte da trama de composição de diversos bens culturais ao longo dos anos sessenta, uma unidade de significação que não seria possível sem os elos relacionais rastreados atrás, ou seja, os encadeamentos entre imagens fotográficas, xilográficas, literárias, cinematográficas e agora imagens sonoras. Uma reclama a presença da outra, e essa exigência só pode ser cumprida diante dos aprimoramentos técnicos, e da organização das esferas culturas em termos de mercados específicos, dotados de racionalidades próprias.

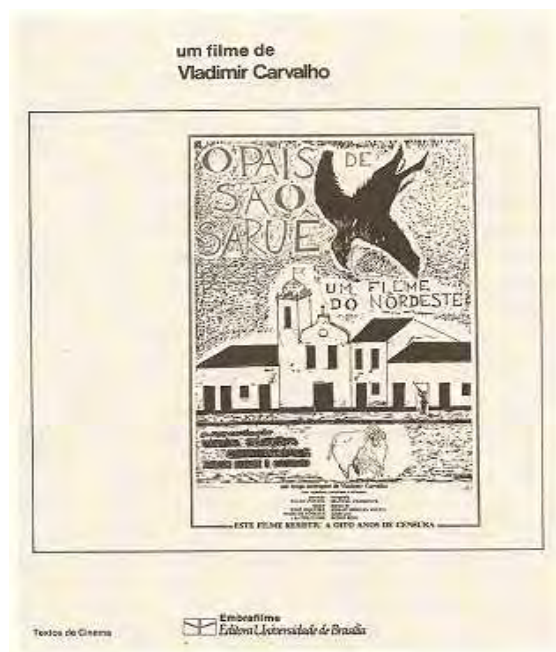
O poema a que se refere Neymer foi criado por Glauber Rocha a partir da organização da estrutura de escrita do cordel e entregue ao cantor e compositor Sérgio Ricardo para ser musicado e cantado. A música, o poema e o canto, como a citação acima sustenta, formam o próprio roteiro do filme. A unidade das cenas é marcada pelo ritmo do canto, pelos sons que tecem a trama. As rupturas, os momentos de tensão e confronto são elaborados em meio e a partir da sonoridade da poesia cantada. Nemer ressalta que a maneira de inserção do cordel nos filmes do cineasta baiano é bastante distinta. Por exemplo, em *O dragão da maldade contra o santo guerreiro* o estilo do cordel é deslocado para a expressividade do repente e do seu desafio. O filme, mediante o cordel, se abre para os desafios do futuro e as incertezas nele contidas, suscitando no público novos níveis de experiências e expectativas. “Ao contrário do folheto, cuja narração remete a algo ocorrido no passado, o desafio é uma

³⁰ Sylvia Nemer, *Glauber Rocha e a literatura de cordel: uma relação intertextual* 1ª edição, editora Casa de Rui Barbosa (CRB), Rio de Janeiro, 2007, p. 95.

poesia do presente, do instante, do improviso. Em um caso trata-se de cantar uma história, no outro, de provocar uma experiência” (NEMER, 2007, p.112).

Podemos sugerir que os dois filmes destacados por Nemer tratar-se-iam de filmes-cordel, como, por exemplo, foi *O país de são saruê*, de Vladimir Carvalho, filmado em 1966, mas só exibido em 1979, no Festival de Cinema de Brasília. No entanto, creio que, a despeito da classificação, importa mesmo situar os filmes de traço cordelista nos fluxos sonoros acionados a partir do encadeamento entre as transformações técnicas, os deslocamentos e ressignificações das memórias lúdico-musicais no ambiente urbano-industrial e a expansão do mercado fonográfico.

Figura 06. Capa do filme *O país de são saruê*.



Fonte: Biblioteca da Universidade de Brasília (UnB).

Dez anos antes de *Deus e o diabo na terra do sol*, o filme *O cangaceiro* trazia como tema o forró-baião *Mulé Rendeira* (1951), de autoria do compositor Zé do Norte, gravada e interpretada pelo cantor Luis Gonzaga. A Música faz alusão ao ofício secular da renda e menciona que as meninas de uma certa Vila Bela não praticam mais a ocupação, “ficam apenas na janela namorando lampião”. Boa parte da cinematografia dos anos cinqüenta é estruturada a partir das músicas-tema, incorporadas na feitura da obra de acordo com as predileções e escolhas estéticas dos autores. No entanto, o restante dos filmes que tinham

como unidade temática o *sertão* formaram um vibrante caldo de sonorização, como *O pagador de promessas*, de Anselmo Duarte (1962), *O Canto do Mar*, de Alberto Cavalcanti (1953), entre outros.

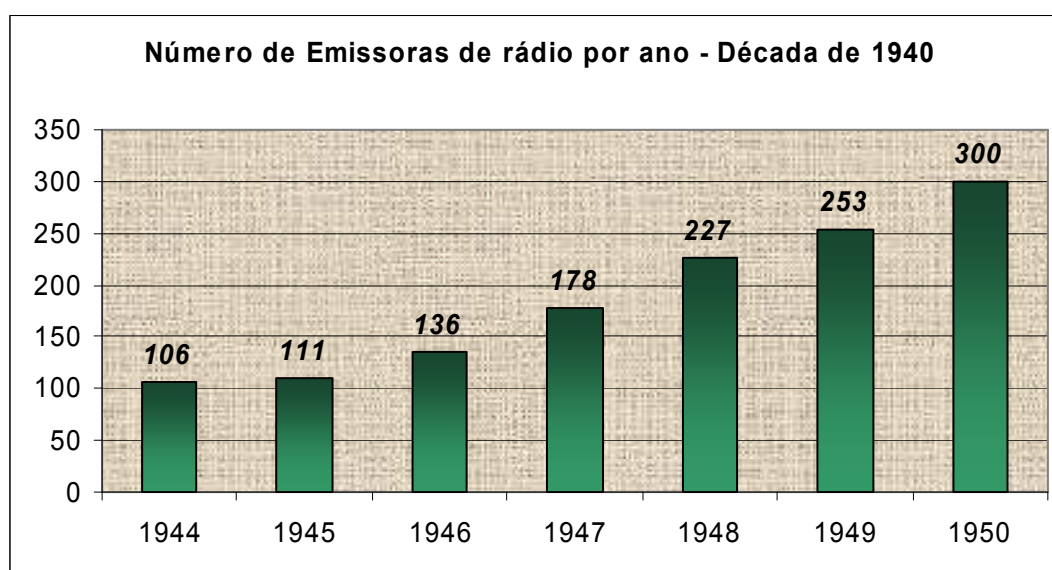
Esses filmes faziam parte dos circuitos de sonorização do ambiente industrial-urbano. Situavam-se em meio à profusão de vozes regionais ou os sons e batuques do “norte”. Assim eram conhecidos os cantadores e grupos sertanejo-nordestinos nas primeiras décadas do século passado, que ofereciam seus serviços em meio ao ambiente de aguda sonorização urbana de cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. No momento em que a curva de ascensão migratória passa a crescer em direção ao Sudeste, a esfera do entretenimento urbano passa a demandar serviços musicais que aos poucos irão incorporar os muitos instrumentistas e músicos vindos do então conhecido “norte”. A experiência urbana, e não foi diferente no Brasil, está marcada por uma profunda polifonia de vozes e sons.

Muitos desses instrumentistas e músicos como, por exemplo, Luiz Gonzaga, traziam consigo as memórias orais dos aboios, dos repentes, das ladainhas, dos reisados e das cantorias, além das danças, como o *côco e o xaxado*. Gonzaga chegou ao Rio de Janeiro em 1939, vindo do Sul de Minas Gerais, onde servia como cabo do Exército. Exímio tocador de sanfona, ofício que aprendera com o pai – o conhecido mestre Januário, que nas imediações da cidade de Exu, Pernambuco, participava dos grupos rurais organizados em torno da sanfona, da zabumba e do triângulo – Gonzaga logo se estabelece nas imediações da Praça XI, no Rio de Janeiro (centro de difusão de ritmos, de grande agitação boêmia e de próspera vida noturna), mais precisamente no morro de São Carlos. Ali acomoda sua sanfona aos gêneros musicais consagrados de então – polcas, valsas, sambas, mazurcas e, sobretudo, o *jazz-band*. O talento com a sanfona cedo o catapultava para apresentações em casas noturnas, cabarés, bares e cassinos. Vez por outra, atendendo a curiosidade de alguns e aos apelos das redes de sociabilidade compostas por conterrâneos, Gonzaga esboçava ritmos e melodias aprendidas com seu pai (DREYFUS, 2001).

A partir do sucesso alcançado em um dos muitos programas de calouros (*Calouros em Desfile*, da Rádio Tupi, apresentado por Ari Barroso) das rádios cariocas, passa a fazer parte das orquestras de rádio, mais tarde se fixa na orquestra de programas dirigidos às audiências de migrantes nordestinos, como o programa do compositor Zé do Norte. Na década de trinta havia no Brasil 65 emissoras de rádio. Algumas alcançavam boa parte do território nacional, como a Rádio Nacional e *Mayrink Veiga*. Essa última, com seu transmissor de 25 *quilwatts*,

possui liderança absoluta nas ondas médias. Sediada no Rio de Janeiro, alcançava todos os estados do sudeste e também os Estados da Bahia e Pernambuco; possuindo ainda transmissão de um canal de ondas médias internacionais que alcançava os demais estados do Nordeste. Por seu turno, a *Radio Record*, com sede em São Paulo, cobria, além do Sudeste, os estados do Sul. No fim dos anos quarenta cerca de 70% do território nacional passa a ser coberto pelo sistema de radiodifusão, regionalizando-se e interiorizando-se por outras regiões, como a *Radio Sociedade da Bahia*, fundada ainda nos anos vinte e a *Rádio Clube do Comércio*, fundada em 1933, em Recife, PE.

Gráfico 03



Fonte: Ortiz, A moderna tradição brasileira.

O trabalho de Amara Rocha³¹ mostra a grande diversificação de programas e a segmentação das audiências. Segundo a pesquisa, a Rádio Nacional era a preferida do público com idade mais elevada, possuindo um audiência de mais de 40% na faixa-etária acima dos quarenta anos, obtendo entre as camadas mais jovens uma média de 26%, para o público considerado mais jovem, de 15 a 24 anos, arrancava uma audiência de 28%, que também ouvia bastante a rádio *Tamoyo*, 24%, e em menor escala, a Globo e a Mayrink Veiga, 12% e 8%, respectivamente.

³¹ Amara Rocha, *Nas ondas da modernização*. 1ª edição, editora Aeroplano, Rio de Janeiro, 2007, p. 91-92.

Os programas musicais representavam uma parcela importante da grade de programação, tanto os programas de auditório, como os de atrações já consagradas. Nesse último caso, programas destinados às músicas regionais recebiam grande espaço. Durante a segunda metade da década de cinquenta a Rádio Nacional apresentava dois programas pautados na valorização dos cantos regionais, eram eles *A nova história do Rio pela música e Recolhendo o folclore*. Nesse último, os ouvintes eram conclamados a enviar informações sobre ritmos e gêneros musicais esquecidos e/ou manifestações que estivessem surgindo inspiradas em outras reminiscências. Amara Rocha³² destaca que programas como *Recolhendo o Folclore* representavam para a emissora uma tentativa de intensificação de sua penetração nacional a partir da unificação de uma *alma nacional*. A autora reconhece que muitas vezes essa unificação não era intencional nem planejada, mas que acabava por cumprir certa unificação das pautas auditivas (ROCHA, 2007). O principal programa a coligar na direção dessa unificação foi *Luar do sertão*, produzido por Renato Murce durante a década de cinquenta, sendo sucedida no final da década por um programa bastante parecido, *Alvorada sertaneja*.

Durante os anos quarenta e cinquenta, as rádios com maior potencial sonoro, a maioria sediadas no Rio e em São Paulo, possuíam programas destinados às audiências regionais, tanto porque tinham penetração em diversas regiões do país quanto porque atendiam a uma demanda de migrantes que cada vez chegavam em maior número. A rádio Globo possuía *A hora sertaneja*, dirigida pelo compositor nordestino Zé do Norte, no qual tocava como instrumentista da orquestra o sanfoneiro Luiz Gonzaga; a Radio clube mantinha a *Alma do sertão*, no qual a sanfona de Gonzaga também estava presente. No fim da década de cinquenta a *Rádio Nacional* passa a apresentar *No mundo do baião*, tendo como âncora a principal dupla de letristas do baião, Humberto Teixeira e Zé do Norte, e como convidado regular, Luiz Gonzaga, além de outros artistas e cantores que iam se especializando no gênero.

Quando a televisão começa se expandir, concorrendo diretamente com o rádio, o aprendizado técnico daquele é então aplicado ao novo veículo, assim como a organização da grade de programação se matem semelhante. A *TV Tupi*, por exemplo, exibia no mesmo período um programa chamado *Veja o Brasil*, que consistia em divulgar, inspirada na

³² Amara Rocha. *Nas Ondas da modernização*, Editora Aeroplano, 1ª edição, Rio de Janeiro, 2007, p. 75.

erudição do apresentador/folclorista Alceu Maynard Araújo, as lendas, os cantos, as expressões, as danças e os costumes das diversas regiões do país, na abertura ouvia-se a música-tema: o *baião Asa branca*, de Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira.

O grande crescimento de emissoras de rádio revelado pelo gráfico 03, assim como a extensão alcançada pelas principais emissoras, permite se inferir que durante os anos quarenta e cinquenta ocorreu um vultuoso processo de sonorização das memórias lúdico-musicais nacionais. Esse processo partiu dos dois principais centros metropolitanos, Rio e São Paulo, estendendo-se pelos imensos espaços rurais e semi-urbanos. Esse processo se tornou possível fundamentalmente pelo enlace entre o mercado fonográfico urbano e a tecnologia de transmissão de ondas longas, alcançada pela radiodifusão a partir dos anos quarenta. Assim, o processo de sonorização geral vivido no período trazia consigo formas de classificar e nomear determinados conteúdos musicais, demarcando regiões a partir das melodias, sons e significados que eram criados e difundidos mediante os trânsitos sonoros instaurados entre os espaços rurais e urbanos.

O *baião* é resultado direto desses trânsitos. Diante da intensificação desses trânsitos a partir dos anos quarenta e cinquenta, o processo de regionalização (isto é, o processo de demarcação e circunscrição de um conjunto de registros identificadores, muitas vezes estigmatizantes também) ganhou grande impulso. Nesse momento, as duas regionalidades que retiveram maior poder de definição imediata, e que mediante o trabalho de sistematização de alguns de seus intelectuais-artistas construíram reivindicaram o estatuto de *região* por excelência foi o *sertão* nordestino e o Sul do Brasil. Por outro lado, o processo de regionalização também é um processo simultâneo de nacionalização, como se pode notar através do exemplo aqui trabalhado do gênero *baião*. O processo de sonorização acionado a partir dos anos quarenta foi um processo que regionalizou e, simultaneamente, nacionalizou uma pauta específica de conteúdos e melodias musicais.

Se a elevada taxa de analfabetismo em meados do século passado constituía um fator de grande limitação para o mercado editorial e, por conseguinte, para a galvanização de uma memória nacional e de um pertencimento lastreado no poder da palavra impressa, como, por exemplo, ocorreu na França na segunda metade do século XIX, o mesmo não ocorreu com o

rádio, o cinema e a televisão. Como demonstram Ortiz e Oliven³³, a televisão, por exemplo, se realiza em todo território nacional na contrapartida de adaptação dos conteúdos regionais. O caso da *Rede Brasil Sul de Televisão* (RBS), retransmissora da *Rede Globo*, na região Sul, a partir do início dos anos setenta, foi emblemático. Na dificuldade de estabelecer um conteúdo nacional, baseado em uma única programação, sobretudo na região sul, onde o intenso fluxo migratório europeu gerou uma grande diversidade de hábitos e costumes locais, criou-se uma transmissora regional que integrasse os estados e as localidades sob o signo das tradições da região Sul do país.

A integração simbólica nesse momento era também uma questão de segurança nacional, o que levou o Estado a criar, em 1967, o Ministério das Comunicações, que passou a coordenar a montagem de um sistema de microondas via satélite (INTELSAT)³⁴ que passou a integrar via ondas todo território nacional. Assim, pode-se inferir que a alfabetização brasileira, ao contrário de outras experiências de galvanização da memória e do pertencimento nacional, se realizou via imagens (cinema e televisão) e som (rádio e disco). Nossa educação, a julgar pelas altas taxas de analfabetismo formal, foi e vem sendo sonora e visual.

A inserção nos meios radiofônicos como um elo da longa cadeia de sonorização nacional, leva Gonzaga à gravação de seu primeiro disco, pela gravadora *Victor*, e logo depois à apresentação do seu primeiro programa de rádio, *Luar do sertão*, da rádio Tamoio. O contato com os ritmos dançantes, com os espaços de fruição urbana e as redes de sociabilidades que a todo o momento evocavam “as coisas lá do norte”, levaram Gonzaga a plasmar uma unidade melódica e rítmica conhecida como *baião*. Para muitos o forró seria apenas uma variante do *baião*, que, por seu turno, seria uma fusão maior entre os maracatus africanos e o fado português. De toda sorte, o *baião* passa a agenciar as energias de muitos artistas urbanos e a atenção de diversos segmentos do mercado fonográfico. A complementaridade estabelecida entre difusão e abrangência sonora do rádio e a penetração do disco como unidade de reprodução, fez do *baião* um dos principais gêneros musicais nacionais.

³³ Ruben Oliver, *A parte e o todo*. 2ª edição, editora Vozes, Petrópolis, 2006, p.48. Renato Ortiz, *A moderna tradição brasileira*, 5ª edição, 4ª reimpressão, editora brasiliense, São Paulo, 2001, p. 87.

³⁴ Renato Ortiz, *A moderna tradição brasileira* São Paulo, editora brasiliense, 5ª edição, 4ª reimpressão, 2001, p.106. .

Um só grito de alegria, que, certamente, irá contagiar todo o país, foi dado na taba associada. Uma divulgação intensa em torno do assunto despertou o mais vivo interesse popular. Pelas ruas da cidade moças, rapazes, velhos, enfim, o povo carioca fazia conjecturas sobre o que seria o xaxado de Luis Gonzaga. Esta revista publicou na notícia a origem deste novo ritmo, desta nova música. O famoso sanfoneiro inspirara-se nas danças típicas dos caboclos de Lampião. Luis Gonzaga é pai de Verdadeiros sucessos populares. De ritmos que tiveram a mais viva simpatia do público. Basta falar no baião, que não só aqui mas também no estrangeiro, tornou-se número de grande destaque em programas musicais. (*O cruzeiro*, 12-07-1952, apud FARIAS, p.347).

Figura 07. Imagem do Sanfoneiro Luiz Gonzaga



Fonte: *O cruzeiro*.

Entre 1966 e 1978 a venda de discos aumentou no Brasil cerca e 380%, no mesmo período a venda de toca-discos alcançou um volume de vendagem de cerca de 800%. De cada dez discos vendidos em 1958, sete eram estrangeiros, em 1968, apenas três eram estrangeiros³⁵. É possível sustentar que o baião esteve ligado ao movimento mais amplo de nacionalização dos sons, dentro da estrutura de oportunidade do capitalismo brasileiro, que estreitou os trânsitos simbólicos entre o ambiente rural e urbano. *O baião* foi construído no ambiente urbano a partir das memórias orais rurais; na sua gênese foi modulado por migrantes pobres vindos do *sertão* nordestino para distintos públicos urbanos, mas em sua maioria trabalhadores pouco escolarizados, moradores das zonas periféricas do eixo Rio -

³⁵ Gustavo Casseb Pessoti, *A indústria fonográfica no Brasil e na Bahia*. 1ª edição, Edufba, Salvador, 1984, p. 49.

São Paulo. É um gênero musical que já nasce imiscuído aos fluxos de monetarização e aos regimes de profissionalização presente na imbricação entre rádio e disco, ou seja, na *configuração* mais ampla do mercado de imagens e sons. As assertivas de Hobsbawm³⁶ contidas em sua investigação sobre a história do *Jazz* oferecem algumas pistas que permitem um cotejamento entre os espaços de formação desses dois gêneros.

O historiador ressalta que o ambiente urbano não apenas oferece as condições para o profissionalismo, mas também o exige. No caso da música, a acentuada divisão do trabalho sonoro (orquestras, arranjadores, intérpretes, técnicos, etc.) cria uma exigência de desempenho que se encarrega de forjar padrões. “A cidade tende a separar o artista do cidadão, e transformara a maior parte da produção artística em entretenimento, uma necessidade especial suprida por especialistas. Além disso, as necessidades urbanas de entretenimento, por serem mais especializadas, são muito maiores que as do campo” (HOBSBAWM, 2007, p. 177).

As cidades, com seus circuitos de fruição, experimentação e classificação estética operam como verdadeiros moinhos de processar e gerar sentido; significações que ganham materialidade a partir da expansão sócio-técnica, como se viu, de cadeias de transmissão de sons que produzem uma imaterialidade de proporções não-programadas (ELIAS, 1993). Assim como *jazz*, o *baião* se nacionalizou em um espaço relativamente curto, estando inserido em um processo mais poderoso de *nacionalização dos sentimentos e afetos* (ELIAS, 2001), no qual alguns gêneros musicais, como o samba, por exemplo, desempenharam um papel decisivo para a formação da *audioalidade* nacional. (FARIAS, 2001).

Hobsbawm destaca que as transformações técnicas e a unificação de mecanismos de reprodução foram importantes para o *jazz*, mas não propriamente por razões financeiras. As fontes advindas do cinema e do rádio eram bastante inferiores para os grupos jazzistas, pelo menos até os anos cinquenta, do que aquelas obtidas junto aos espetáculos e apresentações. Mas os efeitos que os meios de reprodução traziam eram infinitamente superiores, consistiam em dotar o gênero de uma visibilidade e uma penetração jamais alcançada. O mesmo ocorre com o *baião*. Durante os anos quarenta e cinquenta os programas de rádio não só tinham patrocínios de certas marcas e empresas, como carregavam o nome da própria companhia, como o propalado *Repórter Esso*. Os

³⁶ Eric J. Hobsbawm, *História social do jazz*. 5ª edição, editora Paz e terra, São Paulo, 2007, 190.

programas de Luis Gonzaga no rádio estiveram sempre associados a marcas nacionais, estabelecendo um vínculo direto entre o gênero musical e o produto comercial.

No cotejamento que é possível realizar aqui, talvez o mais importante corresponda à relação entre os aspectos técnicos dos dispositivos de reprodução e as características estilísticas dos gêneros musicais. Para Hobsbawm a unidade mais importante para o processo de aprimoramento do *jazz* foi o disco, esse permitiu a formação de acervos sonoros imprescindíveis para a estruturação da educação musical de muitos artistas e músicos. Por outro lado, o disco impôs uma exigência técnica que comprimiu a unidade da música, redimensionando a dimensão propriamente dançante da obra.

O disco foi (e ainda é) para essa música, aquilo que as galerias são para os estudantes de artes, ou o que os livros são para o aspirante a escritor: uma instituição educacional essencial (...) A influência educacional do disco é universal. Sem ela, a evolução viva do jazz estaria confinada a grupos limitados de músicos profissionais ou a cidades específicas nas quais sempre houve bom jazz ao vivo, como se pode provar pela incapacidade do jazz “moderno” de exercer sua influência durante a Segunda Guerra Mundial, quando as gravações foram temporariamente interrompidas por alguns anos. (...) até a década de 40 os discos de 78 rotações com aquele tempo aproximado de três minutos eram praticamente o único meio de gravação de jazz, talvez porque os discos de 12 polegadas fossem caros demais (...) esse tempo de três minutos, porém, é altamente artificial para o jazz. Uma dança, unidade que seria mais óbvia para esse tipo de música, costuma durar por volta de dez minutos. Mas como por mais de um quarto de século as apresentações permanentes de jazz tiveram que ser comprimidas dentro do limite dos três minutos, os músicos tiveram que inventar uma forma extremamente densa, formalmente rígida e concisa. E eles o fizeram com sucesso extraordinário. (HOBSBAWM, 2007, p.176).

O mesmo pode ser dito acerca do *baião*, que logo se notabilizou pela dança descomprometida, embalada por uma seqüência rítmica simples. Ao contrário do *jazz*, os condicionamentos técnicos não exigiram do *baião* uma grande sintetização de tempos musicais. Os primeiros discos lançados na década de quarenta eram de 78 rotações, trazendo apenas duas canções, uma de cada lado, mesmo assim possibilitavam ao instrumentista e ao letrista condensar ali as idéias de melodia e letra. A limitação técnica, nesse caso, não representou nenhum empecilho – que no caso do *jazz* criou a necessidade de criação em cima do tempo, resultando em experimentações que acabaram por decidir parte do estilo do gênero.

A complexa rede de variáveis que envolve a feitura do estilo, da dança e da sonoridade tem como componente fundamental os recursos tecnológicos envolvidos. O *jazz* envolve uma quantidade maior de músicos e uma estrutura de orquestra mais afinada, com uma

performance dançante mais cadenciada, que exige uma atenção maior à variação de notas e melodias. Ao passo que o *baião* é conduzido na sanfona, por, no máximo, três músicos, seguindo as intervenções diretas do cantador no meio da música, quebrando, às vezes, o ritmo e a letra. Os dois gêneros são marcados pelo virtuosismo de seus criadores e pela inventividade contumaz, no entanto, a criatividade de um se realiza de maneira bastante distinta da do outro. Dominique Dreyfus destaca:

O termo *baião*, sinônimo de rojão, já existia, designando na linguagem dos repentistas sertanejos, o pequeno trecho musical tocado pela viola, que permite ao violeiro testar a afinação do instrumento e esperar a inspiração, assim como introduz o verso do cantador ou pontua o final de cada estrofe. No repente ou no desafio, cuja forma de cantar é recitativa e monocórdia, o *baião* é a única seqüência rítmica e melódica. (...) o grande estalo de Luiz Gonzaga foi perceber a riqueza desse trequinho musical, de sentir que ele carregava em si a alma nordestina, e todas as influências que marcaram a música do Nordeste. E o seu gênio foi saber, através da sanfona cromática, enriquecer, engrandecer, dar volume a esse rojão, melodicamente tão rudimentar. (DREYFUS, 2004, 213).

José Ramos Tinhorão explora a relação entre música popular e técnica a partir do registro dialético entre dependência e colonização. O autor ressalta que a história da música popular brasileira a partir de fins do século XVIII passa a ser determinada pela relação do conteúdo propriamente musical com os meios técnicos de transmissão. Sustenta que, de um ponto de vista crítico, a história dessa relação pode ser resumida pela submissão da música popular ao complexo industrial de diversão, marcando assim a história de dependência de um produto cultural em relação aos meios de comunicação destinados a divulgá-lo (TINHORÃO, 2001). Segundo essa trilha, as primeiras décadas do século passado teriam experimentado um surto tecnológico que acentuou o processo de dependência. O autor encerra seu raciocínio da seguinte forma:

Tudo isso bem interpretado, o que se comprova com o princípio da dependência crescente da música popular aos meios de comunicação é que tanto maior é a dependência (e a conseqüente descaracterização do produto nacional), quanto maior a distância entre as possibilidades tecnológicas do país e a dos centros industriais que criam aqueles meios. No caso do Brasil, tal distância é tão grande que só pode levar a uma conclusão: os modernos meios de comunicação, considerando a sua origem estrangeira, continuarão a trabalhar contra a cultura brasileira, de uma maneira geral, e contra a criação de uma música popular de caráter local, em particular. (TINHORÃO, 2001, p.139).

Não me parece adequado apostar as fichas interpretativas na relação direta de dependência/colonização da criatividade musical pelos meios e suportes técnicos de difusão. O que se observa através do exemplo do *jazz* e do *baião* é que as diferenças das etapas

tecnológicas entre países como os Estados Unidos e o Brasil não eram tão grandes. O que se verifica sim era um acentuado grau de intercâmbio e de interdependência entre tecnologias, públicos, capitais, gêneros e regimes de criação. Isso não anula qualquer constatação ligada à disparidade de recursos e a acumulação de parcelas de capital financeiro e tecnológico por parte das companhias norte-americanas. Ocorre, todavia, que o fenômeno é muito mais complexo e não se resume a uma constatação de resto já notória.

A gravadora *Victor*, por exemplo, transferiu parte de seus recursos de infra-estrutura e de investimento para o Brasil nos anos cinquenta, associando-se a grupos nacionais para a construção de uma fábrica em São Paulo, que demorou dez meses para começar a prensar e fabricar discos. A rádio nacional, empresa estatal ligada ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), mas com liberdade de conteúdo e programação, possuía o que havia de mais moderno em infra-estrutura tecnológica de difusão sonora. O modelo de divisão social do trabalho material internacional (sobretudo nas primeiras décadas do século passado) não pode ser estendido para pensar a divisão internacional do trabalho cultural.

O processo de *industrialização do simbólico* ocorreu quase que simultaneamente aos demais processos de industrialização, mas com regimes de aceleração e formas de realização bastante específicas. O *jazz* e o *baião* mostram que a interação entre os dispositivos técnicos, as variadas experiências urbanas e as memórias orais rurais plasmaram gêneros musicais que já nascem nacionalizados, porque os trânsitos entre local e nacional são intensificados na modernidade, ou seja, há um deslocamento da relação entre tempo-espaço, realizada pelo advento dos *sistemas-peritos e as muitas fichas simbólicas* (GIDDENS, 1992). Me parece que Tinhorão se situa na grupo denominado por Williams de “deterministas tecnológicos”. Seria mesmo necessário perguntar se o *jazz* ou o *baião* são músicas verdadeiramente regionais e nacionais?

Poucos meses após o desmantelamento do bando de Lampião na fronteira sertaneja de Sergipe e Alagoas, Luiz Gonzaga chega ao Rio de Janeiro. Menos de dez anos depois, o cantor e sanfoneiro se estabelece como um dos maiores vendedores de discos do mercado fonográfico, como uma das maiores atrações da programação radiofônica, como artífice de um estilo que passava a embalar o Brasil, o *baião*. O tema do cangaço, com suas lendas, aventuras e desvarios, povoou a memória do menino Gonzaga, que, durante um bom período, não tirou da cabeça o objetivo de conhecer Lampião (DREYFUS, 2004).

Quando Gonzaga decide assumir os gêneros sertanejo-nordestinos e virar de fato um cantador “lá do norte”, a indumentária de apresentação passa a ser o traje dos cangaceiros e vaqueiros. Em um contexto urbano de intensa modernização sócio-econômica, dos costumes e dos hábitos, o cangaço parecia ter se tornado uma reminiscência longínqua, como que um evento ocorrido em outra temporalidade distante, mítica e perdida, embora contasse menos de dez anos da liquidação do bando de Lampião. Nessa seara, no gênero desenvolvido por Gonzaga não se vê e não se ouve nenhuma apologia ao cangaço, o *baião* incorpora Maria Bonita, Lampião, Corisco e Dada, além de outros, em seu conteúdo musical através da chave da *virilidade e da honra pessoal* (o *escudo ético-moral* mencionado por Mello), e não somente nas roupas e apetrechos.

A carreira de Luiz Gonzaga pode ser dividida em dois ciclos de ascensão: o primeiro que vai de meados dos anos quarenta até início dos anos sessenta, quando conhece seus principais parceiros letristas (o advogado cearense e depois deputado Federal Humberto Teixeira e o médico Pernambucano Zé Dantas) e desenvolve seu estilo pessoal, alcançando picos de vendagem de discos e grande sucesso publicitário; e o segundo, que vai do final dos anos sessenta até meados da década de oitenta, quando se torna figura imprescindível da montagem do elenco de atrações que formam o circuito sertanejo-nordestino do entretenimento-turismo, sedimentado no ciclo junino das festas-espetáculo³⁷. Durante esse último ciclo, passa a ser celebrado e reverenciado como uma espécie de pai totêmico de um tipo de ritmo e musicalidade nacional, inserindo-se no panteão dos grandes da música popular brasileira, arrastando um séqüito de seguidores (como Gilberto Gil, Alceu Valença, Geraldo Azevedo, Fagner, Dominginhos, entre tantos outros) que, de bom alvitre, insistiam na influência do *baião* para sua educação musical.

A partir desses dois ciclos, é possível dividir o conteúdo cantado por Gonzaga em quatro grandes categorias temáticas. *A saudade, o lúdico, a virilidade e o amor*. Essa grade temática está acentada no consórcio umbilical entre homem e natureza, todas as suas metáforas musicais e sonoras brotam desse aspecto. Essas categorias foram forjadas com letristas, produtores, cantores e músicos, migrantes sertanejos, do ciclo de relações artísticas de Gonzaga e são tributárias das experiências rurais, ressignificadas, ressemantizadas e ressonorizadas a partir do cotidiano urbano. O tema da saudade desde cedo sensibilizou os

³⁷ Edson Farias, *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Tese de doutorado apresentada junto ao Departamento de Ciências Sociais da Universidade de Campinas (Unicamp), em Janeiro de 2001, p. 344.

ouvidos de Gonzaga, e já apreze desde a partida do *sertão*, como uma força criativa que se realiza como um trunfo ante as mazelas da seca e da fome.

Esse tema abriga músicas clássicas do baião como *No meu pé de serra*, *Paraíba*, *Asa branca*, *Triste partida*, *Pau-de-arara*, entre outras. A própria feitura do gênero dependeu da força da saudade, pois durante uma apresentação em 1944, alguns círculos de estudantes cearenses que moravam no Rio cobraram do sanfoneiro que ele tocasse alguma coisa “lá do Norte”. Essa reivindicação faz Gonzaga se concentrar nas lembranças orais dos tempos em que ouvia a sanfona do mestre Januário. “Quando eu quis me lembrar das coisas que tocava quando era menino, eu tive certa dificuldade, não me lembrava muito. Até que toquei *Pé de serra e Juazeiro*. Humberto Teixeira me perguntou: mas isso é seu mesmo? Eu só vim tomar conhecimento dessas coisas, que quando você inventa uma coisa no fole ela é sua, aqui no Rio de Janeiro. Não sabia que música era como passarinho, que é de quem pegar” (GONZAGA, apud DREYFUS, 2004, p. 119).

O tema da saudade recupera as memórias, as letras acessam o universo dos folguedos, da pega do boi, dos banhos de rio, do cheiro da comida, das feiras populares onde se vendia de tudo (roupas, bebidas, cantos, cordéis, repentes, revistas, vendedores, etc.), como a feira de Caruaru e do Exu, em Pernambuco. A saudade nasce da contingência da fuga, estabelecendo um elo direto entre a *narrativa da fuga* inscrita no panorama da literatura de 30 e uma *narrativa de fuga sonora e musical* expressa nas melodias melancólicas e nas toadas tristes que marcam esse tema.

Já o segundo tema, o lúdico, é um meta-tema, fala do próprio *baião*, da novidade do ritmo, das suas origens, das peculiaridades de sua dança e da sensualidade que o agencia, das festas, dos bailes e quadrilhas juninas. Também está marcado pela saudade da fonte originária, dos festejos juninos, animados pela sanfona, o triangulo e a zabumba, mas explora a saudade como forma de atualização e realização nas praças (bailes, casas de *shows*, clubes, etc.) urbanas. Assim, músicas como *baião*, *baião de São Sebastião*, *xaxado*, *a dança da moda*, *São João na roça*, *Respeita Januário*, entre outras, ajudaram a definir o gênero que se canta e se fala. Mais tarde, já na década de oitenta, esse tema suplantará os demais, configurando-se como o grande fermento do sistema de entretenimento-turismo das festas-espetáculo (Caruaru, PE, Campina Grande, PB, Senhor do Bonfim, BA, entre outras) do *sertão* nordestino, incorporando novos ritmos e estilos contemporâneos, tornando-se o *forró-baião*. (DREYFUS, 2004)

Já o tema da virilidade está inteiramente ligado ao cotidiano das sociedades rurais pastoris, dos seus códigos de honra pessoal e retidão de caráter. Nessa dinâmica, mobiliza dois personagens principais: o cangaceiro e o vaqueiro. Ambos homens corajosos e viris, sofredores e resistentes às intempéries naturais e sociais, como as personagens de Fabiano, de *Vidas secas*, Chico Bento de *O quinze*, e a emblemática figura de Manoel, De *Deus e o Diabo na terra do sol*, ao mesmo tempo vaqueiro e cangaceiro. Embora Gonzaga não tenha sido vaqueiro, seus tios, primos e irmãos o foram. O aboio melancólico e solitário do vaqueiro lhe serviu de inspiração, produzindo musicas em parcerias com seus letristas como *A morte do vaqueiro*, *O forró de Mane Vito*, *Vai boiadeiro*, *Vida de vaqueiro*, entre outras.

O tema da virilidade se inscreve na costura do drama da resistência e da luta, acionado, como se verificou, pelos *revolucionários românticos* dos anos sessenta como um significado que inspirou as lutas político-culturais. No entanto, dentro da expansão do mercado fonográfico de uma década antes, o tema da virilidade é incorporado às campanhas publicitárias de empresas e companhias de cachaça, remédios e calçados. As imagens do cangaceiro e do vaqueiro se fundem para ajudar na venda de produtos ligados ao aspecto lúdico, a masculinidade e a manutenção da juventude, como o colírio *Moura Brasil*, as cachaças fabricadas pela *Companhia Pirassununga* e as Pílulas da vida do Dr. Ross, do *Laboratório Ross*.

Por fim, o tema do amor atravessa as três temáticas anteriores, pois está a eles diretamente ligado, compondo um fio textual único de sensações e lembranças. Talvez o exemplo sintético seja a música *Asa branca*, de Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira, composta em 1947, que fala ao mesmo tempo das quatro categorias destacadas aqui e que no decurso da década de cinquenta se tornou o grande hino do sertão: *Quando olhei a terra ardendo qual fogueira de São João/eu perguntei a Deus do céu porque tamanha judiação/que braseiro, que fornalha, nem um pé de plantação/ por falta d'água perdi meu gado, morreu de sede meu alazão/inté mesmo a asa branca bateu asas do sertão/Entonce eu disse: adeus Rosinha, guarda contigo meu coração/hoje longe muitas léguas nessa triste solidão/espero a chuva cair de novo para eu voltar pro meu sertão/quando o verde dos teus olhos se espaiá na plantação/eu te asseguro, não chores não, viu, que eu voltarei, viu, meu coração* (GONZAGA e TEIXEIRA, apud DREYFUS, 2004).

Em um ensaio intitulado das *Mãos a memória*, Maria Aparecida de Moraes Silva utiliza uma citação de Pierre Nora para balizar suas análises sobre a fragmentação das memórias

contemporâneas, dos processos de deslocamento de significados em meio aos trânsitos urbanos e rurais. Um trecho da citação diz: “a curiosidade pelos lugares onde a memória se cristaliza está ligada a este momento particular da nossa história. Momento de articulação onde a consciência de ruptura com o passado se confunde com o sentimento de uma memória esfacelada. O sentimento de continuidade torna-se residual aos locais. Há locais de memória porque não há mais meios de memória” (NORA, 1998, p.43).

Parece-me que as observações de Nora alimenta uma certa ambigüidade, pois, como o primeiro trecho confirma, o interesse pelos lugares onde a memória se cristaliza é um traço característico da nossa história recente. Na contemporaneidade o interesse pelas formas de recuperação e atualização das memórias (um apelo ético-moral disseminado entre grupos e movimentos culturais) tem resultado inclusive em políticas de Estado, as denominadas *políticas de identidade* (MATTELART, 2005) Ao mesmo tempo, o último trecho, contradiz o primeiro. Nunca dispomos de tantos meios de produção e invenção de memórias, toda sorte de recursos tecnológicos, documentais, simbólicos e discursivos são empregados nesse sentido.

Não é difícil imaginar que o repertório lúdico-musical das letras e melodias do *baião* se coadunaram ao quadro iconográfico do *sertão*, através das relações de complementaridades e tensão entre os bens simbólicos (livros, revistas, discos, fotografias, cordéis, etc.), suas técnicas de produção e reprodução (radiodifusão, toca-discos, parques gráficos, câmara fotográfica e cinematográfica) e os específicos mercados de consumo cultural. O alongamento dessas interdependências (ELIAS, 1994) engendrou uma memória social deslocada, mas que acionou mecanismos técnicos e artísticos disponíveis no ambiente urbano, como o disco, o rádio, os serviços de profissionalização cultural, o consumo simbólico, a monetarização, urbanização e industrialização.

Gostaria de pensar esses elos reacionais a partir do conceito de *iconosfera*, desenvolvido por Upiano Bezerra de Meneses a partir dos trabalhos de Lino Bolzoni. O conceito procura dar conta da recorrência de imagens, de referências catalisadoras de sentidos, de redes de imagens que vão se integrando. Nas pegadas do conceito *iconosfera* gostaria de mobilizar o conceito de *audioesfera* e fundí-los na perspectiva de pensar o processo de *industrialização do simbólico* como um movimento de remodelação das estruturas sensoriais, sobretudo auditivas e visuais.

Muitos trabalhos sócio-históricos têm caminhado nessa direção. Bezerra de Meneses destaca, entre outros, os trabalhos de Jean-Pierre Warnier e de Anne Sauvageot, além dos de Elias, como possibilidades de perceber essas transformações sensoriais. As mudanças nas formas de ver, sentir e ouvir se inscrevem em um percurso de longa duração que permite apreender as mudanças pelas quais passaram os quadros sensoriais humanos, que tem nas exigências criadas pelos suportes técnicos e nas linguagens artísticas um desafio também para a cognição em geral. A rede de sons e imagens que sedimentaram o significado de *sertão* e da experiência a ele acoplada, ou seja, uma *audioesfera* e uma *iconosfera* específicas, se adequa bastante a uma observação de Baxandall: “não é apenas o ambiente sociocultural que pode aguçar nossa experiência de uma imagem artística, mas, invertendo a equação, que as próprias formas e os estilos visuais também podem apurar a percepção que temos da sociedade” (BAXANDAL, 2008, p.111).

Essa apuração da percepção foi realizada no que toca a uma das imagens e auto-imagens (ELIAS, 1993) de um contingente específico da sociedade nacional, o *sertão* nordestino. Essa apuração, por conseguinte, se realizou em face das contingências do processo de modernização, do qual o processo de *industrialização do simbólico* foi um dos vetores constitutivos mais decisivos.

Através dos exemplos mobilizados acima, pode-se depreender que a formação ressignificação da memória de um grande contingente de migrantes sertanejo-nordestinos se deu em meio à profusão de imagens e sons no ambiente urbano, que plasmou uma *iconosfera* e uma *audioesfera* nacional e nacionalizante. A constituição dessa esfera decorreu da integração dos mercados culturais urbanos e da segmentação dos públicos, assim como do desenvolvimento técnico e estético de algumas linguagens artísticas, como a literatura, o cinema e a música. É preciso perceber que a literatura regionalista dos anos trinta e quarenta do século passado plasmou, segundo os filtros erguidos pelas instâncias de consagração, um gênero específico: o romance social de matriz sertanejo-nordestina.

Assim também foi com o cinema produzido no interregno dos anos quarenta até a década de sessenta, quando se desenvolveu o ciclo do cangaço, que culminou com o Cinema Novo e sua *Estética da fome*, plasmando também um gênero em particular: o cinema político de resistência. Simultâneo a definição e circunscrição desses gêneros, o *baião* se consolidou, durante os anos cinquenta, como um gênero musical nacional, responsável pela educação musical de músicos, artistas e ouvintes do sistema de

radiodifusão e da indústria fonográfica. A rede semiótica e sonora costurada no decorrer do processo de tessitura desses três gêneros artísticos, instaurou uma realidade simbólica de grande importância sociológica contemporânea, cuja sociogênese (ELIAS, 1997) pode ser apreendida através dos conceitos de *audioesfera* e *iconosfera*.

As categorias conceituais destacadas ajudam a compreender como e por que o significado atribuído ao termo *sertão* passou por uma mudança substancial durante o século XX. Houve um deslocamento do sentido etimológico clássico, que apontava para qualquer especialidade longínqua e erma, para um sentido bastante específico, passando a designar o interior da região Nordeste e um conjunto de registros sócio-culturais a ele associado, estabelecendo um *monopólio de sentido* (ELIAS, 2001). Tal monopólio não se realizou a partir de uma intencionalidade, mas em meio às contingências do processo de modernização nacional e da trama de interdependências que foram se plasmando. Alguns fatores concorreram para essa nova configuração, como a ampliação do mercado de consumo de bens culturais; a imbricação cada vez maior entre cultura e política; e a escolha do *sertão* como vetor privilegiado das vanguardas artísticas ocupadas com a transformação político-social.

Sintetizando parte das reflexões trazidas até aqui, o processo de modernização nacional, que trouxe em seu bojo o processo de *industrialização do simbólico*, dispôs e criou diversos meios e recursos de produção de memórias. Nesses termos, esse mesmo processo engendrou as condições sociais de representação (e, portanto, produção) e nacionalização dessas memórias, cristalizando-as nos imaginários coletivos urbanos, embora devessem parte de suas matrizes aos espaços rurais. Com efeito, o exercício realizado buscou evidenciar que o processo de formação da unidade de sentido de *sertão* e a ressignificação de sua memória no ambiente urbano ocorreu a partir do processo de *industrialização do simbólico*. Esse último não é uma substituição à noção de *indústria cultural* ou a idéia de *materialismo cultural*, antes o contrario, busca suprir as lacunas que esses conceitos abrigam.

Por exemplo, o processo de *industrialização do simbólico* não está informado por uma razão apriorística teleológica, como uma força que vem de fora, de algum lugar e se impõe, devassando e conspurcando o que antes estava em estado de “pureza” e “imaculado”, longe disso. A *industrialização do simbólico* é um processo de longa duração *sócio-histórica* (ELIAS, 1993), repleto de contingências que marcam a própria estruturação do capitalismo

e da modernidade ocidental, que traz consigo a lenta formação de diferentes *mercados, campos e capitais culturais* (BOURDIEU, 2006).

1.2 Crítica e resignação. O trânsito constante entre categorias nativas e categorias analíticas: a força política da categoria de indústria cultural.

Entre as duas Guerras Mundiais, o filósofo Theodor Adorno se queixava da industrialização das atividades culturais de que ele começava a se dar conta. Essa consciência infeliz em face do progresso industrial do livro, do filme e da música, representa um modelo de um modo de pensar que precisou de mais de cinquenta anos para se transformara pela aceitação de analisar o real em lugar de fantasiá-lo conforme nossos desejos. (...) Na realidade, é a coisa mais normal do mundo que o processo de industrialização, um dos processos metodológicos e operacionais mais importantes da história humana, também ocorra nos fenômenos culturais. Somente uma concepção elitista faria pensar que a cultura e suas produções poderiam permanecer a parte desse movimento. (TOLILA, 2007, p. 203)

Gostaria a partir daqui de lançar as bases do que pretendo aprofundar no capítulo seguinte, situando a gênese de transformação das justificativas discursivas no âmbito da produção simbólico-cultural contemporânea. Para compreender essa relação é preciso revolver parte das matrizes conceituais que informam o tratamento metodológico dessa dimensão. O trecho acima foi extraído do livro *Economia e cultura*, publicado em 2007 pelo sociólogo e economista Paul Tolila, ex-diretor do Departamento de Estudos de Perspectivas e Estatísticas do Ministério da Cultura da França (DEPS). Sua contundência e precisão são reveladoras, trazem o núcleo da reflexão que pretendo desenvolver. Podemos separar do trecho citado alguns pontos nevrálgicos para a condução dessa reflexão.

Parece, a primeira vista, muito paradoxal que tenha ocorrido uma demora demasiada em perceber o processo de *industrialização do simbólico* como um processo simultâneo e complementar ao processo de industrialização material, ou em outros termos, que o processo de industrialização tenha se estruturado em duas frentes interdependentes: a material e a imaterial, uma não teria se realizado sem a outra e vice versa. O paradoxo mencionado vem do fato de ter sido exatamente esse um dos grandes méritos dos filósofos sociais da Escola de Frankfurt, ou seja, a perspicácia crítica e analítica de apreender um fenômeno que começava a ganhar corpo, revelando as redes de conexão entre as transformações técnicas, os regimes de acumulação do capital e os mecanismos de indução para o consumo cultural.

Esse arranjo foi capturado pelos filósofos de Frankfurt a partir de um conjunto de *categorias analíticas* que formaram uma família conceitual, cujo pai e a mãe são representados pela categoria de *indústria cultural*. O desenvolvimento desse conceito dependeu fundamentalmente da experiência de expansão dos mercados de símbolos nos grandes centros metropolitanos norte-americanos, no qual autores como Theodor Adorno se situavam como interpretes privilegiados. A interação e o aprimoramento dos dispositivos técnicos, a recuperação da economia americana após a crise de 1929, aliado ao intenso padrão de urbanização e industrialização, engendrou nos Estados Unidos um verdadeiro modo de produção complementar, ou se quisermos, uma aceleração do padrão de industrialização, que passou a ser também uma industrialização das matrizes orais e visuais, isto é, o estoque de símbolos que compunham a sociedade norte-americana. A conjugação desses fatores resultou no aparecimento de uma esfera cultural laica (WEBER, 1984) baseada em uma imensa estrutura urbana de serviços de entretenimento e diversão.

Se a formação do conceito de *indústria cultural* levou ao desvelamento de um processo de difícil compreensão empírica por que então o ex-diretor do DEPS reclama que foram necessários longos cinquenta anos para que as transformações operadas pelo processo de industrialização do simbólico recebessem a devida atenção? Talvez a resposta esteja exatamente na rapidez com que o conceito de *indústria cultural* passou de uma *categoria analítica* (forjada em um contexto específico para dar conta da relação entre técnicas, investimentos, estruturas e interesses) para uma *categoria nativa* (incorporada e manejada pelos grupos político-culturais como um índice simbólico e afetivo das lutas culturais), como um repertório lingüístico da experiência prática da vida cotidiana, convertendo-se em uma matriz de legitimação de determinadas ações culturais, políticas públicas e movimentos de contra-cultura.

Não raro, a indistinção entre *categorias analíticas* – forjadas para apreender a particularidade de certos fenômenos empíricos, e que dependem de certo grau de refletividade (WEBER, 2004, ELIAS, 1993, BOURDIEU, 2006) – e *categorias nativas* – engendradas a partir dos sistemas de práticas nas quais os agentes sociais estão diretamente envolvidos – suscita uma miríade de obstáculos metodológicos. A rigor, a própria diferenciação entre uma e outra é parte de um procedimento metodológico levado a cabo por alguns autores. O constante trânsito e, por vezes, a total imbricação entre ambas, é parte constitutiva do próprio processo social.

No entanto, o esforço metodológico de forjar categorias de análise para compreender a tessitura real das formas de classificação, de auto-representação e de imputação de sentido forjadas pelas *categorias nativas* é imprescindível, podendo levar, com efeito, a compreensão das razões que levaram, por exemplo, o conceito de *indústria cultural* a alargar sua matriz de significado, passando de um conceito circunscrito a um nicho acadêmico particular para o universo mais geral das lutas político-culturais, ou seja, deslocado para formas de usos que envolvem uma rede de interdependências sociais mais dilatada (ELIAS, 1994).

Há, pois, um fluxo interrupto entre categorias *nativas e analíticas*. O trabalho intelectual propriamente dito consiste em retirar da linguagem cotidiana os recursos que possibilitem a feitura de novos artefatos conceituais. Consiste, por assim dizer, em um movimento que busca promover uma dupla hermenêutica (GIDDENS,1999) ou realizar uma dupla tradução (GERTZ,2000). Para tanto, é preciso realizar uma crítica da própria linguagem, desnaturalizando algumas modalidades de significação e compreensão. O plano analítico de formação dos conceitos se debruça sobre as experiências do mundo da vida (SCHUTZ,1978) para apreender o sentido e a direção dessas experiências (ELIAS,1994). O conceito de *habitus*, por exemplo, é um recurso forjado para apreender os diversos níveis relacionais existentes entre estrutura e agência. Consiste em apreender os modos pelos quais as estruturas mentais, simbólicas, econômicas e políticas são internalizadas e, simultaneamente, externalizadas. É uma tentativa criativa de desconstrução de dicotomias estanques.

É precisamente como uma *categoria nativa*, construída como um significado e uma compreensão de primeira ordem que o termo *sertão* foi utilizado acima e será utilizado de agora em diante. O mesmo faz parte das contingências do processo de modernização nacional (do qual a *industrialização do simbólico* se configura como uma estrutura constitutiva), que trouxe o imperativo de unificação da nação e formação da identidade *nacional-popular* (ORTIZ,2001). Através das lutas político-culturais desencadeadas com mais vigor na segunda metade do século passado o *sertão* passou a fazer parte da narrativa do pertencimento brasileiro³⁸, configurando-se como uma unidade de significado nacional e nacionalizante. Ocorre que o termo passou a deter um *monopólio de significado*, guardando a idéia de *sertão* por excelência, de um espaço mítico que invariavelmente

³⁸ Ver Alves, *A configuração moderna do sertão*, dissertação de mestrado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPG-SOL) da Universidade de Brasília (UnB), em dezembro de 2004.

evoca e designa o interior da região Nordeste. Como procurarei demonstrar mais à frente, inúmeros exemplos confirmam e reforçam esse monopólio.

Como a formação de um *monopólio de sentido* (ELIAS, 2001) pressupõe a idéia de agentes e atores (governos, artistas-intelectuais, empresas, organizações, entre outras) responsáveis pela sua formação e manutenção, encerrados em lutas político-culturais em busca de legitimidade, procurei nomear – como aparece no título deste trabalho - de *sertão-Nordeste* ou *sertão* nordestino a fim de escapar (mesmo sabendo que tal objetivo seja extremamente difícil) da força do monopólio e, ao mesmo tempo, revelar o monopólio, visto que se optasse simplesmente pelo termo Nordeste estaria ocultando a especificidade do significado e a demarcação do espaço que a própria construção do monopólio se incumbiu de realizar. Vê-se, pois, como o trabalho analítico e empírico diante da linguagem engendra todo tipo de armadilha.

O plano da experiência que forma as sensações e emoções do mundo da vida cotidiana, ou seja, aquele que envolve a formação do *habitus* (BOURDIEU, 2005) também envolve os pesquisadores. Ocorre, no entanto, que o espaço social de penetração das *categorias analíticas* é muito mais restrito, está circunscrito a círculos hermenêuticos (GIDDENS, 1999) que se caracterizam pelo rigor do trabalho acadêmico. Nesse sentido, conceitos como *habitus*, *figuração*, *campo*, *poder simbólico*, *economia pulsional*, *balança de poder*, *auto-imagem*, *monopólio de sentido*, entre muitos outros, não informam muito a compreensão coletiva e não fazem parte da matéria-prima cotidiana de orientação dos complexos de condutas, assim como não fazem parte das disputas, das tensões, das reciprocidades que costuram as teias de relações mais amplas.

Os conceitos sociológicos, isto é, as *categorias analíticas* cumprem a função de apreender o conjunto das experiências sociais, que nas suas constituições e vicissitudes formam toda sorte de *categorias nativas*. Eles não gozam de nenhuma primazia ontológica sobre o plano da experiência propriamente dita, apenas fazem parte de um postulado epistemológico específico e do desenho metodológico esculpido por alguns autores. No entanto, há conceitos que se convertem em verdadeiras usinas de produção de significados coletivos, que ultrapassam as fronteiras de círculos acadêmicos mais circunscritos. Esses conceitos passam a operar como uma matriz de significado comprometida com éticas de vida e cosmologias gerais. Foi exatamente o que ocorreu com os conceitos de *classe*, *ideologia* e *indústria cultural*.

Poderia-se perguntar por que esses conceitos lograram tanta legitimidade e passaram a informar as compreensões coletivas, atuando como espécie de abastecedores das demandas de significado, isto é, da passagem do conceito de *indústria cultural* enquanto uma categoria mais de cunho analítico para uma categoria marcadamente nativa? Essa indagação foge aos objetivos desse trabalho, seria preciso realizar uma minuciosa história conceitual, tendo como uma de suas faces mais importante uma pergunta sobre as condições sociais de emergência e legitimação desses conceitos. Gostaria de reter apenas, de maneira sumária, o movimento que levou a feitura do conceito de *indústria cultural* e a sua conversão em um poderoso insumo lingüístico-discursivo das lutas político-culturais.

O conceito de *indústria cultural* foi desenvolvido nos anos quarenta do século passado, aparece pela primeira vez nos trabalhos de Theodor Adorno e Max Horkheimer em um ensaio intitulado *Indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, datado de 1942, mas só publicado em 1947³⁹. O conceito nasce sob o auspício de um duplo registro: por um lado é instrumento teórico-analítico, capaz de contribuir para a compreensão do processo de *industrialização do simbólico*, das especificidades do capitalismo avançado de matriz norte-americana; por outro, revela uma componente crítica ao projeto iluminista de modernização. Ambos os registros se desenvolveram de maneira paralela, mas a expansão de um aspecto, o caráter crítico-político, comprometeu, ou pelo menos atenuou, o registro propriamente interpretativo do conceito.

Em seus primeiros trabalhos, Elias recupera a formulação *kultur*⁴⁰ enquanto uma categoria nativa construída por intelectuais, artistas e ilustrados alemães no decurso do século XVIII. Assim, o autor busca submetê-la aos desígnios e contingências de formação da *auto-imagem* dos estratos médios e liberais alemães que lutavam para assumir os quadros de direção do Estado. O objetivo do autor é recuperar as linhas gerais de formação dos símbolos lingüísticos de auto-representação entre os grupos de poder na Alemanha, cotejando os diferentes processos a fim de entender as diferenças de significação entre as formulações de *kultur e zivilisation*. Nesse cotejamento, o ator mostra as muitas modalidades de lutas simbólicas entre os grupos alemães.

³⁹ Theodor Adorno e Max Horkheimer, *Dialética do esclarecimento*. 1º edição, editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 1984.

⁴⁰ Norbert Elias, *O processo civilizador*. 1º edição, editora Jorge Zahar, 1993, p. 28.

Dentro dos círculos intelectuais dos estratos médios liberais, o termo *kultur* designava um conjunto de práticas estéticas, artísticas, musicais, filosóficas, religiosas, teológicas e literárias. A designação concentra-se nas práticas de cultivo do espírito e estão diretamente ligadas às atividades simbólicas existentes em uma restrita esfera cultural de fruição e deleite artístico-intelectual. A formulação do conceito decorre, assim, da experiência pessoal que envolve outro conceito, o *bildung*. Segundo Jessé Souza⁴¹, o sentido da experiência do *bildung* repousa na contemplação mística inscrita nas matrizes de formação da teologia alemã. Essas matrizes místico-teológicas potencializam-se nos movimentos literários, filosóficos e estéticos desencadeados na Alemanha a partir do século XVIII, como o romantismo e o idealismo. A partir do século XIX o *bildung* foi cada vez mais evocado como princípio de uma prodigiosa pedagogia humana universal, cujos artífices podem ser encontrados no panteão dos grandes pensadores alemães dos últimos séculos, como Lutero, Kant, Herder, Schiller, Goethe e Hegel. Para Souza, a força desse traço teológico demonstra a reverência quase mística do alemão à cultura (SOUZA, 2000).

Certamente Walter Benjamin retirou subsídios dessa experiência, ele mesmo um intelectual pertencente aos estratos médios liberais urbanos, para compor a diferenciação entre *valor de aura e valor de exposição* e formular uma teoria da produção cultural contemporânea. A mesma fileira na qual se encontram Elias e Souza, é engrossada por Zigmunt Bauman. Para este o termo cultura entrou no vocabulário ocidental pautado por um projeto de melhoramentos e ajuste de homens e mulheres, que, a partir do advento da modernidade, sobretudo das transformações do século XVIII, se viram mais ou menos livres dos desígnios divinos.

O termo “cultura” foi concebido no interior de uma família de conceitos que incluía expressões como “cultivo”, “lavoura”, “criação”- todos significando aperfeiçoamento, seja na prevenção de um prejuízo ou na interrupção e reversão da deterioração. O que o agricultor fazia com a semente por meio da atenção cuidadosa, desde a sementeira até a colheita, podia e devia ser feito com os incipientes seres humanos pela educação e treinamento. As pessoas não nasciam, eram feitas. Precisavam se tornar seres humanos, e nesse processo teriam que ser guiados por outros seres humanos, treinados na arte de educar e treinar seres humanos. (BAUMAN, 2005, p.61).

Essa pedagogia universal, ou seja, essa “agricultura de espíritos” teve, sem dúvida, conseqüência para a formulação dos sistemas de gosto e para a criação dos centros

⁴¹ Jessé Souza, *A atualidade de Max Weber*. 1º edição, editora UnB, Brasília, 2000.

especializados de ensino e produção simbólica a partir do século XIX. Na raiz dessa concepção estão as formulações de *kultur e bildung*. Quando o romantismo cerra os punhos em um brado de crítica e resignação contra as idéias de racionalidade, razão, ordem, planejamento, técnica e eficiência potencializadas pelo Iluminismo, encontra boa parte de sua munição nos grupos de artistas (pintores, escritores, poetas, etc.) e intelectuais (filósofos, jornalistas, professores, críticos) que formavam os chamados circuitos da cultura erudita (museus, academias, salões, cafés, universidades, teatros, entre outros), especializada na produção de bens simbólicos para especialistas, ou seja, para outros produtores.

Existia um circuito de consumo restrito e bastante fechado, que se desdobrava sobre si mesmo, criando modalidades de diferenciação e lutas culturais à medida que o processo de *industrialização do simbólico* tomava corpo. Quando esse então passa a se instaurar como uma realidade sócio-econômica, tem-se a expansão dos mercados culturais e a respectiva ampliação do consumo simbólico. Esse é o fator desestabilizador – que se contrapõe a uma moralidade consolidada -, pois os mercados culturais ampliados produzem para não-especialistas, para não produtores, em outros termos, para aqueles que não estão aferrados ao desejo cotidiano de se auto-cultivar ou de se deixarem cultivar por um treinamento exaustivo, seja ele escolar ou familiar, mas também um fator reorganizador das esferas de produção cultural moderna.

Os atos e ações do romantismo, no qual o dueto *bildung/kultor* ocupa o centro das energias de contestação, atravessam o século XIX informando muitos pesquisadores europeus. Segundo Peter Burke, localiza-se nesse século a invenção contemporânea do conceito de *cultura popular*, que veio a se somar a outros um pouco mais antigos, como *povo e nação*, todos convertidos em elementos de pesquisa empírica que deveriam ser buscados nas camadas mais escondidas da *alma popular*, como reminiscências que só se apresentariam por meio de um trabalho sistemático de procura. Para isso foram fundadas, nas últimas décadas do século, as primeiras associações, organizações e sociedades de folclore (BURKE, 2001).

Renato Ortiz⁴² ressalta que a sensibilidade romântica se volta contra as restrições à imaginação, o elemento propulsor passa a ser uma crítica aos valores da nascente sociedade burguesa, a seus princípios de cálculo e razão. Eram antes de tudo contra a idéia da venda contida no mercado cultural, ao valor de troca, em suma, a monetarização das relações sociais e, particularmente da *cultura*. Dirigem suas atenções para noções como espontaneidade e criação, mas não como um atributo de um indivíduo, e sim como algo diluído no todo, na coletividade, como um saber difuso. Voltam-se assim para as noções de *povo e popular* como um critério de galvanização da nação, como um elo perdido capaz de resolver as contradições entre elite e povo, gerando uma cultura nacional verdadeira e distinta da noção francesa de *civilisation*, considerada como uma representação falsa e caricata (ELIAS, 1997).

Segundo Ortiz⁴³, é nesse momento que parte da *intelligensia* (MANNHEIM, 2001) além se volta para as *tradições populares* a fim de encontrar um substrato autêntico para a cultura nacional. Elegem-se, para tanto, alguns temas e outros são considerados tabus. Por exemplo, os costumes, as lendas, os folguedos são contemplados, mas, por outro lado, aspectos que envolvem a imigração do camponês para os centros urbanos, as formas de produção material e imaterial e a inserção do camponês nos centros urbanos são deixados de lado. Tudo que apontasse para aspectos sócio-econômicos, como mercado cultural e/ou produção era preterido.

A partir desse sugestivo trecho de Ortiz é possível pensar. O exercício realizado antes, que envolveu o processo de *industrialização do simbólico* na formação da memória do *sertão*, não objetivou explorar os meandros de constituição dos diferentes campos de produção simbólica nas primeiras décadas do século passado, como o literário, o cinematográfico e o musical. O regime de expansão de seus respectivos mercados esteve, como se viu, ligado a uma rede de interdependências sócio-econômicas cuja simultaneidade dos processos envolvidos dificulta o trajeto empírico. A tessitura dos campos de produção mencionados se realizou de maneira muito distinta de outras experiências, como, por exemplo, a francesa, e o foi em função da incipiência de

⁴² Renato Ortiz, *A moderna tradição brasileira*. Editora brasiliense, 5ª edição, 4ª reimpressão, São Paulo, 2001, p.107.

⁴³ Renato Ortiz, *Românticos e folcloristas*. 1ª edição, Olho D'água, São Paulo, 1992, p.30.

determinados processos, como baixo nível de escolarização, a grande concentração dos padrões de urbanização e industrialização.

Com efeito, não foi possível, e nem era esse o fito, percorrer as trilhas de formação das posições (prestígio e cargos de direção em instituições, como a ABL – Academia Brasileira de Letras – o Instituto Nacional do Livro, no caso da literatura, ou o Instituto Nacional do Cinema Educativo ou o Ministério da Educação, no caso do cinema, ou ainda a Rádio Nacional e o Departamento de Imprensa e Propaganda, no caso da música); das lutas pela definição dos padrões estéticos (os estilos narrativos no caso da literatura, os efeitos, escolhas e combinações visuais dos roteiros e dos temas, no caso do cinema, e os padrões rítmicos e harmônicos, no caso da música); assim como da formação dos diferentes capitais envolvidos.

No entanto, em que pese essa ausência, uma regularidade marca a constituição desses e de outros campos de produção simbólica: a aproximação, o distanciamento e os atravessamentos que os ligam ao mercado. A comercialização e as trocas monetárias em torno dos bens artístico-culturais criam uma fronteira que separa os partidos “estéticos”. Segundo Bourdieu⁴⁴, esses partidos e as posições que os mesmos ocupam nos campos dependem da aproximação ou não do pólo do mercado. Em um pólo vigora a economia não-econômica, baseada na arte pura, na arte pela arte, onde se pratica a aversão pelo ganho da venda direta e os valores do desinteresse, cujos resultados econômicos são sempre a médio e longo prazo, onde a acumulação do *capital simbólico* é maior, onde se privilegia a produção de competências específicas (ou seja, o cultivo e a arte de cultivar os outros). No outro pólo, estaria a lógica do ganho monetário direto, da acumulação de capital econômico imediato, fazendo do comércio dos bens simbólicos um comércio como tantos outros (BOURDIEU, 2005).

Pelo destaque de Bourdieu, o mercado é parte constitutiva da estruturação dos *campos* de produção cultural. Ele atua como um organizador das tomadas de posição, das formações dos discursos, da geração das palavras de ordem, das acumulações de capitais, até quando se pretende acumular capital simbólico é preciso fazê-lo diante da negação do mercado, dos jogos monetários e da venda. Faz parte da produção da crença, do jogo de estruturação dos campos, da tessitura do *habitus* e da acumulação dos capitais desprezar o mercado. Esse desdém produz categorias estéticas e conceituais, escolas artísticas e formas

⁴⁴ Pierre Bourdieu. *As regras da arte*, 2ª edição, Companhia das Letras, São Paulo, 2005, p. 192.

de filiação. Por exemplo, foi em meio ao crescimento e diferenciação dos mercados e suas respectivas formas de monetarização, industrialização e consumo que se forjou a clássica equação (com pretensão analítica) tripartite entre os níveis de cultura, isto é, *cultura erudita* (“elevada” e “cultivada”), *cultura popular* (“pura”, “espontânea”, “autêntica” e “ingênua”) e *cultura de massa* (“padronizada”, “artificial” e “ruim”).

Essa equação informou durante muito tempo a compreensão sociológica, levando-a mais para um beco sem saída do que para uma oportunidade de compreensão e interpretação. Essa divisão, eivada de moralidade e do envolvimento direto dos próprios grupos nas lutas de ocupação das posições que se formavam no interior dos *campos*, corresponde mais a uma *categoria nativa* do que propriamente uma categoria sociológica *analítica*. É a essa divisão que se deve parte da demora aludida acima através da fala de Tolila.

A equação conceitual que estabelece os níveis de *cultura*, como de resto muitas outras que nutrem essa problemática, deve sua existência ao dueto mercado/consumo cultural. Até bem pouco tempo essas eram palavras proibidas nos meios artísticos de realização. Havia uma espessa couraça de moralidade, boa parte dela construída a partir do potencial crítico presente na formulação do conceito de *indústria cultural*, que cerrava os punhos para essas palavras. Ocorre, no entanto, que mercado e consumo encerram sistemas de relações e práticas simbólicas, ao passo que são *categorias analíticas* que criam possibilidades de compreensão e interpretação. Repousam ambos nas próprias conseqüências da modernidade, que traz no seu bojo os processos de *industrialização do simbólico*, de industrialização material, de formação do Estado-nação, de urbanização, do trabalho rotineiro e dos sistemas de diversão e lazer⁴⁵.

Basta nos debruçarmos sobre dois exemplos para notar o quanto o mercado cultural vem se constituído como uma regularidade na modernidade. Em 1857 John Ruskin preferiu um conjunto de palestras em Londres e Manchester, mais tarde reunidas em um livro publicadas sob o título de *A economia política da arte*⁴⁶. As palestras eram verdadeiras aulas sobre a organização interna das modalidades de investimentos, dos riscos e das possibilidades contidas no mercado de arte. Eram conselhos públicos e sugestões de investimento, todos baseados em uma vasta erudição crítica voltada para a literatura e, sobretudo, para as artes plásticas. O autor aborda o tema a partir da lente geral da

⁴⁵ , Joffre Dumazedier. *Sociologia empírica do lazer*. 2ª edição, editora Perspectiva, São Paulo, 2004.

⁴⁶ John Ruskin. *Economia política da arte*. 1ª edição, editora Record, São Paulo, 2004.

economia política liberal inglesa do século XIX, isto é, em uma configuração em que o Estado pouco aparece como comprador, demandante e consumidor.

As palestras de Ruskin revelam características fundamentais de todo mercado e aspectos embrionários que levaram às transformações técnico-econômicas responsáveis pela formação dos circuitos de bens simbólicos ampliados: público, investimentos, estratégia de ganho, produção, demanda, consumo, etc. A existência de um crítico de arte direcionado para os aspectos econômicos da mesma revela a especialização do mercado, que além de seus consumidores (ou seja, os consumidores do luxo) também tinha os críticos puros (os críticos estéticos), os investidores (bancos e companhias) e os especialistas do olhar do tempo, da sucessão das formas e estilos: os historiadores da arte. A estruturação do mercado e dos aspectos monetários intrínsecos a ele, trouxe consigo uma luta entre sistemas de valores e éticas de vida.

Nessa mesma senda, Ortiz⁴⁷ fala que existiram dois séculos XIX na França. Um que vai mais ou menos até meados da década de quarenta, e o outro que se desenrola a partir do início da década de cinquenta. O que levou o autor a identificar dois séculos na França advém do repertório ainda incipiente de mudanças encetadas pelo processo de industrialização, que, por sua vez, trouxe consigo também a *industrialização do simbólico*. As transformações nos parques gráficos, o barateamento do custo do papel, o crescimento do público, o aumento do fluxo de transmissão de notícias e as melhorias nas formas de deslocamento (ferrovias e bondes), gerou uma expansão no mercado editorial francês.

Em uma década aumentou significativamente a venda de jornais, revistas e livros. A segmentação dos públicos alcançou todas as faixas de renda e níveis etários. Segundo o autor, a entrada do segundo século XIX representou uma racionalização geral do setor editorial, incorporando dispositivos como a assinatura e a entrega doméstica. Os projetos republicanos de expansão dos serviços de escolarização e o recrutamento de mão-de-obra para os centros urbanos fizeram surgir uma grande imprensa, com jornais baratos, dedicados a crimes e a casos policiais, além daqueles especializados em política e literatura. Em 1865 a venda de jornais ultrapassa pela primeira vez a venda de livros.

Essas transformações criaram as condições para uma grande especialização dos sistemas de gosto, que mais tarde se tornou uma componente identificadora do período conhecido como *Belle Époque*, que vai da década de 1880 até 1914. A grande expansão do

⁴⁷ Renato Ortiz, *Modernidade e cultura*. 1º edição, editora brasiliense, São Paulo, 1999.

mercado editorial exigiu, em contra partida, a conversão dos contingentes de analfabetos em leitores. Segundo o autor, no final do século XIX todo cidadão francês era um leitor impotencial (ORTIZ, 1999). Essa unidade lingüística alcançada foi fundamental para a formação e consolidação da memória nacional, atuando como uma espécie de meio-fim.

O dueto entre mercado cultural e monetarização da arte, estrutural ao próprio processo de *industrialização do simbólico*, causou nos autores, interpretes e críticos marcados pela experiência do *bildung/kultur* e, por sua vez, também tributários da ética de vida romântica, uma crítica resignada e melancólica. Não foi diferente com os artífices do conceito de *indústria cultural*. É possível imaginar o quanto os efeitos da relação entre técnica e símbolo, entre imaterialidade e materialidade, entre monetarização e cultura, impactou os filósofos de Frankfurt. Como compatibilizar esses processos? Como equacionar arte e técnica, o valor conferido a aura e a reprodução de imagens e sons, como se perceber um auto-cultivador contumaz de si e dos outros (um “agricultor de espíritos”) diante da não-especialização do consumo, diante da racionalidade técnico-econômica de um sistema que torna o invisível em visível, como pensar a prática do *kultur/bildung* diante da ausência de tempo, tomado todo pelo trabalho incessante?

Ao mesmo tempo em que essas questões aguçaram a imaginação sociológica, desembocando em um trabalho empírico de investigação, que resultou no próprio aparecimento do conceito de *indústria cultural*, gerou uma vigorosa crítica estética e política. O conceito é resultado, assim, de uma combinação entre um rigoroso trabalho teórico com um forte apelo crítico, com tintas vibrantes de uma densa couraça ético-moral. Uma espécie de grito de alerta em face das ameaças que a *indústria cultural e a cultura de massa* traziam para o espírito, e mais, como uma denúncia à promessa não cumprida da modernidade, que se pretendia um projeto racional em direção à libertação das consciências, à individualização e à felicidade (WIGGERSHAUS, 2002).

A crítica à reprodutibilidade técnica aparece a nos trabalhos empíricos realizados por Adorno nos Estados Unidos nos anos trinta. Convidado por Paul Lazarsfeld para integrar a equipe de pesquisa de um grande projeto sobre a radiodifusão (*O Princeton Radio Research Project*), no qual assume a função de diretor da seção musical, intitulada *Essential Value of Radio to All Types of Listeners* (o valor essencial do rádio para todos os tipos de ouvintes), Adorno realiza uma série de análise sobre música popular, compilando

uma teoria geral do ouvinte. Suas interpretações sobre a música concentram-se em dois pontos interdependentes.

Primeiro, a noção de *estimulantes externos*, segundo a noção de *pseudo-individualização*. A racionalidade da indústria e os processos de tecnificação total da vida engendraram a formatação de um outro tipo de racionalidade, aquela que produziria, por meio da aliança entre meio e conteúdo estimulantes externos, uma espécie de entorpecente cultural que relaxaria os ânimos e aplacaria as muitas tensões da rotina. O outro ponto repousa na noção de falsa sensação de individualidade, que, também movida pela aliança entre meio e conteúdo, criaria nos consumidores uma individualização às avessas, pois o resultado dos dois pontos seria a estandardização das consciências, uma padronização estanque e amordaçadora. O esforço da rotina do trabalho levaria os ouvintes a procurarem recompensas externas, fornecidas pela música popular de massa, produzida e/ou transmitida via rádio. A atenção repetitiva ligada às rotinas do trabalho e convertida, segundo Adorno, em desatenção e distração por parte do ouvinte, relegando-o ao simples entretenimento.

O êxtase é estilizado como as dos selvagens batendo os tambores da guerra (...). Os consumidores querem e pseudo-individualizados, porque seu ócio é uma fuga do mundo do trabalho, e, ao mesmo tempo, é moldado a partir das atitudes psicológicas a que esse mundo os habitua. A música popular é para as massas um perpétuo feriado. (...) a função dessa música, aquela de cunho sentimental, é precisamente o alívio temporário dado à consciência de alguém que perdeu a fonte de inspiração (...). A música emocional torna-se a imagem da mãe que diz: “venha e chore minha criança”. É a catarse para as massas, mas uma catarse que mantém todos ainda mais firmes (...). Uma música que permite aos seus ouvintes confessar toda sua infelicidade, reconciliando-os a sua dependência social por meio desse “alívio”(ADORNO, 1980, p. 215).

Um dos resultados da pesquisa sobre a radiodifusão e a produção musical por ela veiculada aparece no trabalho *A sinfonia do rádio*. Nesse, realizado em meio ao debate suscitado por conta da publicação do artigo de Benjamin, *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*, Adorno ressalta que a música produzida no rádio fornece apenas uma aparente ilusão de realidade, na verdade opera como a filmagem de uma peça teatral, na qual a exibição da peça não corresponderia ao real da apresentação cênica. A música transmitida no rádio, captada a partir de uma orquestra em estúdio, não corresponderia assim à unicidade da obra, à sua realidade intrínseca. A inautenticidade inscrita no sistema de reprodução técnica não se restringe à música, ela alcança sua maior expressão no cinema e na televisão. As palavras do próprio Adorno podem ser elucidativas a esse respeito.

Da sinfonia resta apenas uma sinfonia em casa (...) Mas quanto menos os ouvintes conhecem a obra não-mutilada – sobretudo aqueles que são iniciados pomposamente na cultura musical pelo rádio -, tanto mais exclusivamente são dependentes do rádio e são mais sujeitos, em total impotência e inconsciência, ao efeito da neutralização (...) Os únicos que poderiam lucrar alguma coisa sensata com isso, seriam os profissionais do ramo, para quem uma tal sinfonia, despojada da solenidade agitada da sala de concertos, dá a impressão de um texto visto através de uma lupa. Munidos de uma partitura e de um metrônomo, eles poderiam acompanhar a execução para chegar inexoravelmente ao âmago de sua inautenticidade, mas afinal de contas não era esta a finalidade da operação. (ADORNO, Apud WIGGERSHAUS, p. 271).

A partir dos trabalhos empíricos acerca do rádio e que mais tarde levaram à feitura do conceito de *indústria cultural*, Adorno sustenta que a mesma análise da mercadoria realizada por Marx pode ser estendida ao mundo dos bens culturais. O exemplo incontestado desse aspecto estaria novamente na música. Para Adorno o mundo da música contemporânea também é regido pelo valor de troca da forma mercadoria, com uma distinção básica: as mercadorias culturais, como a música produzida no rádio, assumem um valor de uso ilusório. Na verdade, assim como no mundo das demais mercadorias, o valor da mercadoria cultural é fornecido pela relação direta de troca com as demais mercadorias culturais. A operação dissimulada de converter o valor de troca em valor de uso, conferindo a mercadoria cultural um valor simbólico lastreado nas necessidades últimas do espírito, tem como resultado, segundo o autor, a “fetichização” da cultura. O caráter específico do fetiche da música, como de resto das demais mercadorias culturais, reside exatamente nessa confusão, ou melhor, nessa dissimulação programada (ADORNO, 1980).

Para o autor de Frankfurt, o mundo poderia ser sistematizado em um conjunto de variáveis integrantes de um sistema. O controle desse sistema demandaria uma racionalidade técnica e uma previsibilidade que conferiria um controle total dessas variáveis. O controle seria possível mediante a capacidade de eliminar as diferenças, de solapar a capacidade subjetiva e individual, reduzindo-as ao denominador comum do consumo, isto é, a busca pelos estimulantes externos, que produziria assim uma unidimensionalidade de consciências (MARCUSE, 1969). Cumpriria, pois, a crítica sistemática denunciar. E assim o foi. Os efeitos produzidos pela *indústria cultural*, ou seja, a formação de uma *cultura de massa*, passou a representar a antípoda direta do *kultur* e do *bildung*. É preciso localizar o núcleo crítico do empreendimento Frankfuriano, ou seja,

aquele mesmo que conferiu a Escola de Frankfurt o *status* de grande teoria comprometida com a crítica estética e política.

O objetivo da teoria crítica fundamentava-se na constatação e apresentação de um diagnóstico considerado sombrio: a autodestruição do pensamento. Segundo Adorno e Horkheimer, já no prefácio da *Dialética do esclarecimento*, a humanidade estaria se afundando em uma nova espécie de barbárie. Os indícios dessa barbárie estariam por todos os lados: a homogeneização das consciências paralisadas em sua criatividade pelo consumo da cultura de massa e para a massa; das tendências totalitárias dos estados modernos e da re-mitologização do esclarecimento. A sociedade que assaltava a atenção dos críticos de Frankfurt estava, assim, sobrecarregada de inclinações totalitárias e um incomensurável apetite uniformizador.

Ante a esse quadro, o objetivo da teoria crítica, que aparece como uma de suas justificativas epistemológicas seria então assegurar a emancipação humana através do embate crítico pela defesa da diferença, da autonomia individual, da subjetividade, enfim, pelo direito de ser e permanecer diferente. O objetivo seria descortinar as novas mitologias herdeiras do Iluminismo e de sua promessa de esclarecimento, pois o mesmo esclarecimento que varreu e aniquilou muitas superstições no decurso de sua consolidação estaria agora se re-mitologizando (ADORNO, 1980).

No ensaio *Em busca da política*⁴⁸, Bauman argumenta que os diagnósticos da teoria crítica estariam errados. O que se vê hoje em dia é exatamente o posto dos vaticínios e diagnósticos feitos: não é mais a ameaça sistêmica, seja da *indústria cultural* e/ou do Estado totalitário, que irrompe contra o foro da subjetividade individual, aniquilando as vozes e as diferenças, mas antes o contrário, é o mundo da subjetividade – aquele concernente às práticas da *política-vida* (GIDDENS, 1999) - voltada para o corpo e para a individualização, que impõe suas demandas ao mundo da esfera pública (BAUMAN, 2000). Se na primeira metade do século XX a sociedade ocidental moderna estava prenhe de esquemas de anulação do ego e de suas formas de auto-constituição (como a arte), no princípio do século XXI essa mesma sociedade está cada vez menos disposta a recolonizar o espaço das grandes questões públicas, que abrangem grandes sistemas e movem infinitas partes interdependentes (BAUMAN, 2000).

⁴⁸ Zigmunt Bauman, *Em busca da política*. 1º edição, editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2000, p.92.

A nova tarefa de uma teoria crítica contemporânea, assevera Bauman, está hoje justamente em recolonizar certas práticas sistêmicas. Segundo Bauman, a individualização é a grande lei de ferro da modernidade. Nas últimas décadas ela fora potencializada e experimentada em seu grau mais elevado. Seu recrudescimento contemporâneo redundou na concentração do indivíduo como tema e plataforma das múltiplas maneiras de se emancipar, se diferenciar e construir as subjetividades. O desejo de Adorno foi realizado. No entanto, fora exatamente pela realização desse desejo que uma outra esfera da vida humana foi secundarizada: o espaço público de conversão das questões privadas em questões públicas de objeto da política (BAUMAN, 2000).

O imperativo da crítica traçou um desenho teórico baseado na equação entre razão, intencionalidade, consumo e acumulação. No decurso dos anos cinquenta e sessenta o aumento das interdependências entre os suportes técnicos, que resultou no aparecimento da televisão, a presença dos capitais norte-americanos nos projetos de reconstrução dos países europeus no pós-guerra, aliado às transformações no modo de produção capitalista, que cada mais diversificava sua base produtiva, fez com que a crítica contida no conceito de *indústria cultural* apostasse na existência de uma razão apriorística, baseada no domínio da tecnologia, cuja intencionalidade operava no sentido de instrumentalizar a cultura, convertendo e cristalizando todas as suas faces em uma mercadoria destinada ao consumo, inserida, pois, em um dos eixos do processo de acumulação e reprodução do capital. As linhas gerais do argumento são retiradas dos trabalhos de Adorno e Horkheimer dos anos trinta e foram operacionalizadas a partir de uma simplificação própria das contingências políticas e dos filtros erguidos pelos movimentos de luta cultural.

Essa argumentação crítica deslocou o conceito de *indústria cultural* para o centro das discussões políticas envolvendo o processo de reconstrução dos países europeus, e caiu nos nichos acadêmicos e intelectuais do pós-guerra, sobretudo na Europa, como uma lanterna, uma luz em meio à “escuridão”, uma espécie de guia de interpretação crítica para as mudanças operadas dentro do sistema capitalista do pós-guerra. O postulado crítico sustentou que a racionalidade da *indústria cultural* partia de uma intencionalidade localizada nos Estados Unidos, que passavam a re-colonizar o mundo com sua indústria do espírito. Forma-se assim uma ordem discursiva, um *regime de verdade* (FOCAULT, 1986) cuja força analítica de interpretação do real se perde, passando ele mesmo a gora a estruturar o próprio real, pois passa a informar as ações, a inspirar reações, a alavancar

movimentos de contestação político-cultural. O conceito passa a conviver com outros de grande extensão de significado e importância política, como *alienação, ideologia e classe*.

A tradução dessa argumentação crítica foi feita no Brasil e na América Latina a partir do binômio tecnologia e civilização. Simultaneamente a tradução para o português do livro *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer, em meados dos anos sessenta, formaram-se os primeiros cursos de comunicação social no Brasil. Esses cursos foram criados na esteira de ampliação do mercado de bens de consumo culturais, cujo alcance, a julgar pelo crescimento da televisão, passava a ser nacional, e estabelecem um dos principais filtros de leitura e interpretação do conceito de *indústria cultural*. O conceito foi acolhido como insumo de crítica política em meio à expansão da rede de cursos universitários de artes, letras, serviço social, ciências sociais, história, filosofia, comunicação social, entre outros. Pelos bancos dessas faculdades passaram muitos artistas, críticos, professores e artistas que galvanizaram as principais linhagens daquilo que Ridenti chamou de *revolucionários românticos*.

O conceito operou como um fermento crítico que impulsionava trabalhos estéticos e políticos no sentido de desvelar o caráter instrumental contido na tecnologia de produção e reprodução audiovisual (sobretudo o cinema e a televisão). Importava acentuar o registro antinômico entre cultura nacional *versus* colonização tecnológica. A dependência de capital e tecnologia não gerava somente uma dependência econômica, mas também criava as bases para uma dependência cultural que, sorrateiramente, se instaurava por meio dos sutis recursos tecnológicos das *indústrias culturais* estrangeiras, sobretudo a norte-americana (TINHORÃO, 2001).

A equação envolvendo os três níveis de cultura destacada antes é filtrada segundo o registro de uma nova colonização, ainda mais violenta e danosa. Forma-se assim na América Latina o primado de uma teoria da dependência cultural, como um traço estrutural que necessitaria ser rompido a todo e qualquer custo. Essa teoria certamente informou, como vimos acima, o crítico e historiador musical Jose Ramos Tinhorão, pois na passagem citada de seu texto fica clara a relação entre dependência tecnológica e colonização. Falando propriamente da expansão da televisão nos anos sessenta e setenta, César Bolaño destaca que as teorias da dependência não ajudam muito na compreensão da relação entre capitalismo e cultura:

O Brasil é justamente um mau exemplo para esse tipo de análise ideológica porque aqui, como no México, o desenvolvimento da indústria de televisão e sua competitividade internacional é maior do que os da maioria dos países centrais. No início dos anos 80, o declínio da influência americana na TV brasileira era mais do que evidente. No início dos 90, a produção nacional do horário das 18 às 24 horas ultrapassa os 80% nas Rede Globo e Manchete, ficando significativamente acima dos 50% nas demais. Se tomarmos o prime time exclusivamente, essa porcentagem aumenta ainda mais, beirando muitas vezes os cem por cento. O simplismo dessas análises decorre de uma visão extremamente limitada do capitalismo monopolista e da evolução da divisão internacional do trabalho a partir do pós-guerra. (BOLAÑO, 2005, 173).

Ortiz ressalta que a relação entre cultura e mercado no Brasil, sobretudo nas décadas de sessenta e setenta, período que, segundo o autor, ter-se-ia instaurado um mercado de bens simbólicos nacionalizado, foi marcada por um profundo silêncio. O silêncio destacado por Ortiz, como se pode perceber, não foi de crítica, mas substancialmente de projetos empíricos que levassem essa relação ao plano da pesquisa empírica e do trabalho teórico-conceitual, submetendo conceitos como o de *indústria cultural* a um rigoroso exame acerca de suas potencialidades interpretativas e compreensivas. Exceção seja feita ao trabalho de Sergio Miceli⁴⁹ e, mais ainda, aos trabalhos de Jose Mario Ramos Ortiz⁵⁰, além de uma coletânea organizada por Gabriel Cohn nos anos oitenta⁵¹. Guardadas as devidas proporções, o silêncio atestado por Ortiz se coaduna à demora verificada por Tolilla.

Por outro lado, não se pode dizer que a demora e o silêncio tenham marcado todo o espectro de pensamento da tradição hegel-marxista e dos demais autores envolvidos com essa problemática. Me parece que a expansão demasiada do poder de crítica político-cultural não comprometeu inteiramente o trabalho empírico-analítico no sentido de buscar novas formulações e revisões ao conceito de *indústria cultural*. Segundo Williams, esse conceito representa uma tentativa de mediação entre duas dimensões aparentemente antitéticas, ou seja, como uma espécie de ponte pela qual se poderia cruzar acessar os mundos da infra-estrutura (condições materiais de produção e meios concretos de produção, em outros termos, a essência) e da super-estrutura (dimensão propriamente ideológica, formada por falsas abstrações, em outros termos, a aparência).

⁴⁹ Sergio Miceli, *A noite da madrinha*. 2ª edição, editora Companhia das letras, São Paulo, 2005.

⁵⁰ José Mario Ortiz Ramos, *Cinema, Estado e lutas culturais*. 1ª edição, editora Paz e terra, São Paulo, 1983. Jose Mario Ortiz Ramos, *Cinema, televisão e publicidade*. 2ª edição, editora Annablume, São Paulo, 2004.

⁵¹ Gabriel Cohn, *Comunicação e indústria cultural*. 1ª edição, editora A. Queiroz, São Paulo, 1978.

Na citação apresentada atrás de um dos seus trabalhos, Williams menciona a dificuldade de compilar um método que o permitisse transitar com segurança pelo mundo da produção simbólica. Após algumas maturações e depurações, o autor desenvolveu a noção de *materialismo cultural*. Esse movimento realizado por Williams dá início a um processo já em curso dentro da tradição de pensamento hegelo-marxista, mas que vinha ocorrendo de maneira lenta e hesitante. O percurso que chega à trajetória de Williams parte exatamente da feitura do conceito de *indústria cultural*, ou seja, do paradoxo mencionado antes. O grande deslocamento realizado por Williams, e de resto perseguido desde os anos cinquenta por autores com Althusser, foi dirigir o método histórico-dialético para o mundo simbólico, mobilizando perguntas sobre as condições sociais de produção simbólica e sobre os meios de produção também presente na produção cultural, ou seja, foi tratar o mundo cultural-simbólico também como uma produção entre outras.

A construção do conceito de *indústria cultural* é relativamente tardia, tendo em vista que o alcance da profusão de imagens e sons, não só nos Estados Unidos, já se fazia sentir na percepção de críticos e pesquisadores desde as primeiras décadas do século. A noção desenvolvida nos anos quarenta mostra, mais do que uma mediação, uma tentativa de fusão dos mundos da infra-estrutura e da super-estrutura. O conceito representa, na sua dimensão propriamente analítica, uma possibilidade de conferir à super-estrutura uma certa “dignidade” empírica, isto é, o estatuto (só muito tempo depois conquistado) de dimensão real da existência e, portanto, produtora de realidades. Essa potencialidade não foi de resto, como se viu, explorada. Como o conceito guarda em si dois postulados críticos extremamente caros para a construção da *auto-imagem* das linhagens de intelectuais-artísticas de matriz romântica – as trocas monetárias envolvendo a cultura e a perda progressiva da individualidade e da subjetividade por meio da homogeneização das consciências -, seus desdobramentos teóricos e metodológicos tiveram que esperar.

Seguindo essa senda, é possível perceber, para além da crítica, que o conceito desvelou uma possibilidade de mudança metodológica envolvendo a noção de *super-estrutura*. Houve um deslocamento do significado do conceito de *ideologia* e de seus termos correspondentes. A partir dos anos sessenta já é possível perceber nos trabalhos de Williams, Gramsci, Althusser e Barthes que havia níveis de mediação entre *super-estrutura* e *infra-estrutura* que reclamavam um tratamento teórico mais rigoroso. Na gênese do processo de fermentação do pensamento crítico seu objeto foi eminentemente a *ideologia*.

A *ideologia* cumpriria o papel de reificar a realidade, conspurcando as contradições e atenuando os mecanismos de dominação e controle. Nesses termos, a ideologia seria o cimento que, além de ocultar as contradições profundas da vida real, ligava os muitos “oprimidos” e os poucos “opressores”. No entanto, a partir do mergulho na dinâmica do processo de *industrialização do simbólico*, o objeto vai aos poucos ganhando novos contornos. Constata-se, mediante a incessante produção, profusão e consumo dos bens culturais e de seus dispositivos técnicos correspondentes, que ideologia e realidade não são tão antinômicas assim, que esta não pode ser mais tão facilmente evocada contra àquela.

A ideologia mudou seu percurso e seu processo ideológico dentro da própria tradição de pensamento hegel-marxista. Seu tratamento conceitual passou a receber um novo direcionamento. Em termos gerais, houve um redirecionamento do objeto. Se a *ideologia* passou a se confundir cada vez mais com a realidade, segue-se que a crítica e a investigação da *ideologia* (antigo objeto) passou a confundir-se progressivamente com a crítica da própria realidade, isto é, com a nova indústria do espírito: a *indústria cultural*. O objeto passa a ser a *indústria cultural* enquanto tal, que não é simplesmente a produtora sistemática de *ideologias*, é ela própria uma grande ideologia.

A rigor, o objeto de investigação acompanhou as vicissitudes do processo sócio-histórico. Antes era a ideologia como superestrutura de dominação, um mundo ideacional ilusório e abstrato, agora é a própria realidade (sua dimensão infra e super estrutural) representada por sua face mais concreta – a *indústria cultural* -, no interior da qual a ideologia está “sorratamente” imiscuída, compondo e estruturando a própria realidade. Adorno afirma que não há mais *ideologia* no sentido estrito da falsa consciência, mas tudo caminha sim para sua duplicação. Ortiz ⁵² adverte que é preciso sublinhar a idéia de duplicação. Segundo o mesmo, se a distância entre realidade e ilusão tende progressivamente a desaparecer significa dizer que a vida “real” estaria se tornando em algo indistinguível do cinema e da televisão. Com efeito, abrir-se-ia, como de fato se abriu, a possibilidade de se pensar uma teoria da realidade simbólica.

Esse esforço de deslocamento do olhar em direção a realidade simbólica encontrou solo fértil a partir dos anos setenta, sobretudo por conta da reorganização das economias mundiais em direção aos setores de serviço, entre eles os bens e serviços culturais. Há um

⁵² Renato Ortiz, *Cultura e modernidade*. 1ª edição, editora brasiliense, São Pulo, 1999.

conjunto de autores que testemunharam as mudanças sócio-econômicas do capitalismo a partir dos anos setenta que são unânimes em destacar a centralidade da cultura e da produção simbólica na experiência da vida contemporânea⁵³ A expansão mundial dos mercados culturais, sobretudo aqueles ligados à indústria fonográfica e audiovisual, a transformação dos suportes técnicos, aliado reorganização nas estratégias de investimento, ao aumento do tempo livre e a intensificação dos fluxos de deslocamento por meio das inovações nos sistemas de transporte (a chamada terceira revolução industrial), fizeram da produção simbólica (dos bens e serviços culturais) um setor de extrema importância para a estruturação das novas economias mundiais de serviço e, por conseguinte, para a consolidação das sociedades pós-industriais (BELL, 1973).

Howard Hughes⁵⁴, um dos autores que se destacaram pelo estudo da relação entre cultura, turismo e entretenimento ressalta que nas sociedades pós-industriais fabricar é menos importantes, por conseguinte, a prestação de serviços ganham em valorização e em especialização (HUGHES, 2004). Pesquisas realizadas no início dos anos noventa⁵⁵ revelaram que nos principais países europeus a quantidade de trabalho disponível correspondia a apenas 60% do total verificado no início do século. No entanto, durante o século o Produto Interno Bruto (PIB) de países como a França, por exemplo, havia crescido dez vezes em relação ao verificado nos primeiros anos do século e a produtividade/hora cerca de vinte vezes, enquanto o total de pessoas empregadas aumentou em uma média relativamente baixa. O crescimento do PIB e a produtividade estão ligados, entre outros fatores, ao aumento da importância do setor terciário, entre eles os setores de serviços financeiros (bancos, corretoras, etc.) e culturais (bens simbólicos e serviços culturais, como o turismo cultural e o entretenimento em larga escala).

A parte da população economicamente ativa que estava empregada nos muitos segmentos que compreendem o setor de serviços correspondia, em 1983, a 65% nos Estados Unidos, a 64% na Suécia, a 58% no Reino Unido, a 56% na França e 52%⁵⁶ para Alemanha e Japão. O emprego cultural aumentou na Europa, por exemplo, entre 1980 e

⁵³ Ver, por exemplo, Frederic Jameson, *A virada cultural*, 1ª edição, editora Civilização brasileira, Rio de Janeiro, 2006; Michael Denning, *A cultura na era dos três mundos*, 1ª edição, editora Francis, São Paulo, 2004; Richard Sennett, *A cultura do novo capitalismo*, 1ª edição, editora Record, Rio de Janeiro, 2006.

⁵⁴ Howard Hughes, *Artes, entretenimento e turismo*. 1ª edição, editora Roca, Rio de Janeiro, 2004.

⁵⁵ Zygmunt Bauman, *Vida para o consumo*. 1ª edição, editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2007.

⁵⁶ Zygmunt Bauman, *Em busca da política*. 1ª edição editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 1999.

1991, cerca de 38%⁵⁷ Estima-se que em 1993 cerca de 3% da população economicamente ativa da França estava empregada no setor de serviços culturais, que correspondia àquela altura a 2,5% do PIB⁵⁸. Parte desses números pode ser estendida ao Brasil, que nos anos setenta vê sua base produtiva ser diversificada, observando-se um grande crescimento do setor de serviços. Nos anos setenta o Brasil passa a abrigar o sétimo mercado mundial de televisão e o sexto na produção de discos, além de ser o quinto mercado publicitário do mundo⁵⁹.

O conjunto de autores evocado antes e bastante diferenciado, possuindo um espectro amplo. Vai desde nomes como Raymond Williams, passando pelos representantes dos chamados Estudos Culturais, até Michael Denning. Esses autores, e muitos outros que passaram a estudar a produção cultural a partir dos anos setenta, passaram a fazer a seguinte indagação: há uma cultura pós-moderna, e mais, o que as novas formas culturais têm a ver com o conteúdo da pós-modernidade? Uma rápida constatação foi de que, independente de haver ou não pós-modernidade, a cultura havia assumido novas formas e maneiras inéditas de existência. A esse respeito Dunning ressalta:

Com a descoberta de que a cultura estava em todos os lugares o estudo da cultura e a crítica da cultura passam a ser uma parte cada vez mais na vida política e intelectual. Recentemente, isso passou a ser chamado de “virada cultural” nas ciências humanas e sociais, e é geralmente associado à ascensão dos “estudos culturais (DUNNING, 2006).

A observação de Dunning encontra ressonância nos trabalhos de Federic Jameson. Em um dos seus últimos livros, não por acaso intitulado *A virada cultural*, sentencia que uma das conseqüências do pós-modernismo foi à dissolução da *cultura de massa*. O autor, ao sustentar tal implicação pós-moderna, se ampara nas transformações que levaram a especialização contumaz do consumo cultural e às alterações verificadas quanto à circulação e produção global dos bens culturais. Vai, assim, na mesma direção de Georg Yudice, que, em *Conveniências da cultura*, dedica boa parte de seu texto a emergência do mercado *pós-massa*, da mesma maneira que o supracitado Dunning dedica parte de seu texto ao capítulo intitulado *O fim da cultura de massa*. Esse último, citando o próprio

⁵⁷ Paul Tolila, *Cultura e economia*. 1º edição, editora Iluminuras, São Paulo, 2007, p. 76.

⁵⁸ Paul Tolila, *Cultura e economia*. 1º edição, editora Iluminuras, São Paulo, 2007, p. 72.

⁵⁹ Renato Ortiz, *A moderna tradição brasileira*. 5º edição, 4ª reimpressão, São Paulo, editora Brasiliense, 2001, p. 172.

Jameson, ressalta que a maior mudança metodológica em termos dos estudos da cultura passou a ser a constatação de que a cultura era agora central à vida política e econômica. A partir disso Jameson sustenta:

Deveríamos perguntar aos sociólogos da manipulação se eles habitam o mesmo mundo que nós? (...) a cultura, longe de ser uma matéria ocasional da leitura de um bom livro mensal ou um passeio ao *dive-in*, segundo me parece, é o verdadeiro elemento da sociedade de consumo (...) tudo é medido pela cultura, até o ponto de que mesmo os níveis políticos e ideológicos tiveram inicialmente de ser desemaranhados de seu modo básico de representação que é cultural (JAMESON,2006).

Na percepção desses autores, a partir dos anos setenta, o que antes parecia cindido e separado, ou seja, encerrado na equação dos três níveis de organização da esfera cultural (“erudito”, “popular” e “massivo”) passam a fazer parte do mesmo amálgama. Assim, de George Yudice, nos Estados Unidos, passando por Zygmunt Bauman, na Europa, até Nestor Garcia Canclini, na América Latina, todos são solidários em sustentar que, por um lado, houve um aprofundamento da relação entre mercado, consumo e cultura e, que por outro, houve também uma grande segmentação e diferenciação desse consumo cultural. Essa trama de relação está ligada a uma rede maior de expansão e profissionalização das diversas atividades artísticas e culturais; pela intensificação e simultaneidade dos fluxos informacionais e comunicacionais; pelo estreitamento das cadeias de interdependências comerciais e econômicas, pela dissolução de antigas culturas nacionais e surgimento de novas identidades e formas de pertencimento; pela aproximação das diferenças em âmbito mundial; pela formação de circuitos globais de viagens que fortalecem o turismo cultural; pela consolidação de certos eixos mundiais de diversão e entretenimento, como festas transnacionais (carnaval brasileiro, por exemplo) e eventos esportivos.

Poderíamos pensar assim que esses autores confirmam a lenta agonia experimentada pelo conceito de *indústria cultural*, já que as mudanças acionadas nas últimas décadas do século passado retiraram-lhe parte da sua validade analítica. No entanto, a nova moralidade que sustenta a teia discursiva de justificativas em torno da relação cultura e capitalismo achava-se em plena tessitura nos anos oitenta⁶⁰, momento em que a maioria desses autores começou a escrever sobre o tema. O deslocamento do olhar e as revisões internas ao conceito ocorreram muito antes. Em suas formulações sobre *indústria cultural* presente na

⁶⁰ Renato Ortiz, *Mundialização e cultura*. 1ª edição, editora brasiliense, São Paulo, 1999.

primeira publicação (1967) de *Cultura de massa no século XX*, Edgar Morin destaca que a estruturação da *indústria cultural*, sua divisão do trabalho e seus mecanismos internos de funcionamento estão acentuados em um complexo equilíbrio entre produção e criação.

O autor concentra o tórus da análise no que segundo ele seria o grande desafio da *indústria cultural*, ou seja, a necessidade de conciliar auto-renovação dos conteúdos, da inovação e da busca permanente pelo novo com as inclinações de burocratização e padronização próprias aos demais modelos de organização industrial do trabalho. O aumento dessa última dimensão leva necessariamente a diminuição da primeira. Essa é, segundo o autor, uma contradição que a *indústria cultural* busca superar. A *indústria cultural* deve, pois, superar constantemente uma contradição fundamental entre suas estruturas burocratizadas-padronizadas e a originalidade (individualidade e novidade) do produto que ela deve fornecer. Seu próprio funcionamento se opera a partir desses dois pares antitéticos: burocracia-invenção *versus* padrão-individualidade. O autor sustenta ainda que esses pares antitéticos abrigam um conjunto complexo de aspectos (público, conteúdo, local, custo, etc.) que uma mudança em qualquer um deles afeta os demais. O delicado equilíbrio é definido como o ponto mesmo de vitalidade que alimenta a *cultura de massa*. A contradição entre invenção e padronização é a contradição dinâmica da *cultura de massa*. É o seu mecanismo de adaptação ao público e de adaptação do público a ela. É sua vitalidade. (MORIN, 1967).

A indústria do detergente produz sempre o mesmo pó, limitando-se a variar as embalagens de tempos em tempos. A indústria automobilística só pode individualizar as series anuais por renovações técnicas ou de formas, enquanto as unidades são idênticas umas as outras. No entanto, a indústria cultural precisa de unidades necessariamente individualizadas. Um filme pode ser concebido em função de algumas receitas-padrão (intriga amorosa, *happy end.*), mas deve ter sua personalidade, sua originalidade, sua unicidade. Do mesmo modo, um programa de radio, uma canção. Por outro lado, a informação, a grande imprensa, pescam cada dia o novo, o contingente, o acontecimento, isto é, o individual. Fazem o acontecimento passar nos seus moldes para restituí-los em sua unicidade (MORIN, 1969, p.78).

As observações de Morin são substancialmente distintas dos vaticínios críticos contidos nas formulações originais do conceito de *indústria cultural*. Elas abrem uma senda promissora para estudos empíricos acerca de aspectos que envolvem a divisão do trabalho cultural, as maneiras de racionalização do tempo de programação (rádio, televisão, cinema), os impactos semiológicos e estéticos na percepção, os mecanismos de

formação e negociação do gosto, as diferenças entre técnicas, linguagens, setores e conteúdos. O autor corrobora, assim, para a abertura de uma frente de pesquisa empírica sistemática que possa pensar a produção, a recepção, o consumo e as mediações. Por outro lado, o tenso equilíbrio destacado pelo autor, isto é, a necessidade de se manter o primado da inovação sem se deixar engolfar pelas rotinas de padronização, relewa a grande lei de ferro da produção cultural contemporânea e, por conseguinte, do capitalismo tardio (MANDEL, 1972) das sociedades pós-indústrias (BELL, 1973).

Em face da intensificação do processo de *industrialização do simbólico* e das transformações econômicas experimentadas a partir dos anos setenta, é sugestivo aventar a hipótese de que a principal mudança no âmbito da produção simbólico-cultural contemporânea foi de ordem discursiva, envolvendo principalmente o núcleo semântico e teórico de categorias como *indústria cultural*, *cultura e desenvolvimento*. Nos próximos capítulos tais categorias serão tratadas como formulações *nativas*, tecidas, utilizadas e remanejadas de acordo com as conveniências e contingências que envolvem determinados grupos político-culturais, organizações não-governamentais (ONGs), instituições públicas, organizações, empresas e governos inscritos nos processos de legitimação cultural. As mudanças instiladas em tais categorias vêm formando novas redes discursivas, que, por seu turno, estruturam novas práticas discursivas (FOUCAULT, 1986).

Segundo essa mesma senda, como já se disse, o termo\categoria *sertão* também será abordado segundo esse mesmo postulado metodológico. Seu significado será remetido aos grupos e agentes político-culturais diretamente implicados em seu processo de criação, consolidação e atualização. Com efeito, os usos e contra-usos político-culturais de seu acervo de significado serão estabelecidos e destacado de acordo com os nexos discursivos envolvendo, por exemplo, as categorias de *cultura popular e identidade nacional*, e assim analisadas a partir dos efeitos práticos tributários da formulação e execução das políticas culturais públicas.

1.3 A produção das categorias nativas. Cultura popular e sertão: cultura e política entre os intelectuais-artistas dos anos cinquenta e sessenta.

A categoria de *cultura*, em particular a categoria de *cultura popular*, tem suscitado toda sorte de confusões conceituais, ambivalências políticas, tensões e lutas simbólicas.

Armand Mattelart⁶¹, descreve que o escritor Luis Aragon foi convidado, em 1945, para ministrar uma conferência sobre *cultura* por ocasião da criação da UNESCO (Organização das Nações Unidas para Ciência, Educação e Cultura). Em sua conferência, Aragon propôs o seguinte título: “La cultura et peuple”. Mattelart assinala que na versão britânica do evento, o título saiu da seguinte forma: “Culture and people” e na versão norte-americana “Culture of mass”. A versão norte-americana, durante a divulgação e promoção do evento, foi traduzida para o francês, no qual aparece com o seguinte título: “Culture des masses”. Posteriormente, o texto da conferência foi publicado, figurando entre as edições da editora da UNESCO com o título “Lês elites contre la culture”!

No início dos anos oitenta, o sociólogo Dominic Strinati⁶² escreveu um livro intitulado *Cultura popular: uma introdução*. Para a grande maioria dos cientistas sociais latino-americanos o simples contato com o livro de Strinati logo acionaria a idéia de que ali estariam provavelmente condensadas indagações e reflexões teóricas, assim como material de pesquisa, acerca de rituais religiosos, festas populares, celebrações, expressões estético-artísticas, manifestações lúdico-musicais, danças, cantos, entre outros aspectos inscritos no acervo das chamadas *culturas populares*. No entanto, manuseando mais atentamente o livro e percorrendo seu sumário vê-se algo bastante distinto. No livro aparecem algumas reflexões sobre as principais matrizes teórico-metodológicas que se ocuparam, ao longo do século XX, como o tema da *cultura popular*, mas não como a maioria dos cientistas sociais latino-americanos a entende, mas sim da *cultura popular* como algo ligado diretamente a formação da chamada *cultura de massa*, ou seja, como os pesquisadores britânicos e norte-americanos a compreendem.

Esses dois exemplos são suficientes para se perceber como a categoria de *cultura popular* abriga formulações teóricas e empíricas assaz distintas entre os cientistas sociais, ou seja, entre aqueles que cresceram, foram socializados e forjaram suas identidades (entre elas a identidade nacional) em diferentes regiões e sociedades nacionais (ELIAS, 2001). Essas distinções e antinomias são tributárias do constante trânsito entre *categorias nativas* e *categorias analíticas*. No caso da categoria de *cultura popular* seu trânsito é ainda mais intenso, sobretudo na América Latina e em algumas regiões da Europa, pois nesses continentes a construção da categoria de *cultura popular* esteve e está ligada aos processos

⁶¹ Armand Mattelart, *Diversidade cultural*. Editora Parábola, 1º edição, São Paulo, 2005, pg. 57.

⁶² Dominic Strinati, *Cultura popular: uma introdução*. 1º edição, editora Hedra, São Paulo, 1999.

de unificação simbólica da nação e, portanto, como parte constitutiva do pertencimento e das *identidades nacionais*.

Diante desse constante e intenso trânsito, é preciso estabelecer a importância empírica da categoria de *cultura popular* para a constituição de alguns grupos político-culturais brasileiros e, por conseguinte, para destacar a relevância desses como os principais artesãos de seu significado. Em outros termos, é necessário analisar o seu caráter empírico enquanto formulação nativa, capaz de mobilizar as energias criadoras de muitas gerações de intelectuais-artistas brasileiros envolvidos no longo processo de construção e atualização da *identidade nacional*.

A narrativa do pertencimento nacional, realizadas com o propósito de integrar regiões e populações razoavelmente distantes e muitas vezes hostis, estabeleceu um diálogo contumaz entre as variadas linhagens de intelectuais-artistas e as chamadas *culturas populares*. A relevância da *cultura popular* se potencializou, assim, por ocasião do processo de integração sócio-simbólica da *nação* como unidade de significado mais importante (ELIAS, 2001), isto é, como um imperativo político unificador e abrangente, no qual o processo de *industrialização do simbólico* corresponde a uma das faces mais decisivas, sobretudo nos países latino-americanos e, em particular, como se viu, no Brasil.

A fundação de instituições sobre o passado nacional, a execução de políticas culturais públicas (como as políticas de patrimônio), a formação de mercados culturais (sobretudo os mercados editorial, cinematográfico e musical), a incorporação e potencialização das *manifestações e expressões artístico-populares*, foram acompanhadas de uma espécie de pedagogia nacional a partir da qual as emoções e sensações ligadas à *identidade nacional* passaram a compor o núcleo mais importante de estruturação do *eu-nós* (ELIAS, 1994).

Tal processo de unificação sócio-simbólica, também nomeada por Elias de *processo de nacionalização dos sentimentos e afetos* (ELIAS, 1997), deve parte de sua consecução ao trabalho artístico-intelectual de alguns grupos político-culturais. No Brasil pode-se destacar principalmente o movimento folclórico, entre os anos quarenta e sessenta, os intelectuais reunidos em torno do Instituto Social de Estudos Brasileiros (ISEB), os Centros Populares de Cultura (CPCs), da União Nacional dos Estudantes (UNE), o Teatro de Arena e o Cinema Novo.

Para Antônio Gramsci⁶³, a atividade intelectual é aquela exercida por pessoas ligadas à cultura no sentido mais amplo do termo: professores, pesquisadores, jornalistas, políticos, artistas, produtores culturais, entre outros. Essas pessoas, enquanto intelectuais, desempenham um trabalho de mobilização das energias estéticas e políticas mais criativas, que poderiam ser canalizadas na direção da obtenção da *hegemonia cultural* (GRAMISCI, 2001). Nesse sentido, poderia se dizer que a luta pela hegemonia passa necessariamente pela organização e produção dos conteúdos simbólico-culturais e, por conseguinte, pela produção legítima dos significados. Um exemplo a esse respeito pode ser a reflexão feita por alguns autores⁶⁴ no sentido de que no Brasil, durante os anos sessenta, o movimento militar se apoderou do Estado e da hegemonia política, ao passo que os grupos político-culturais de esquerda possuíam a hegemonia cultural dentro de importantes segmentos da sociedade civil, pelo menos até 1968.

Seguindo as reflexões de Gramsci, Ortiz sustenta a idéia do intelectual como um mediador simbólico, ou seja, como um tradutor e sintetizador de narrativas que integram unidades maiores. Seriam os intelectuais os mediadores entre realidades distintas e até antagônicas, que ao agirem em determinadas realidades, através de discursos, teorias e reflexões, reeditam e transformam a sua própria realidade e as outras realidades em que atuam (ORTIZ, 2001). Essa assertiva não está, por sua vez, muito distante das formulações de Bourdieu⁶⁵, que apreende os intelectuais e artistas como produtores de bens simbólicos, sejam em âmbitos mais restritos ou em circuitos mais ampliados, mas sempre como agentes capazes de produzir significados coletivos, o que lhes confere modalidades específicas de poder, como o *poder simbólico* (BOURDIEU, 2005).

Incorporando essas contribuições, os grupos de intelectuais-artistas são apreendidos aqui como produtores de sentido, ou seja, como realizadores e potencializadores de narrativas de vida e processos de significação. Os interesses, valores e perspectivas teóricas desses grupos se cristalizaram, por exemplo, em arranjos complexos de instituições culturais e organizações da administração cultural pública. No momento de maior expansão do mercado de bens simbólicos nacionais, entre os anos cinquenta e setenta, os grupos e as gerações de intelectuais-artistas brasileiros manejaram e remanejaram a

⁶³ Christinne Buci-Glucksmann, *Gramsci e o Estado*. 1ª edição, editora Paz e terra, São Paulo, Paz e terra, p. 41.

⁶⁴ Por exemplo, Carlos Guilherme Motta, *Ideologia e política no Brasil, 1930-1988*. São Paulo, Paz e terra.

⁶⁵ Pierre Bourdieu, *Economia das trocas simbólicas*. 6ª edição, editora Perspectiva, São Paulo, 188.

categoria de *cultura popular* de acordo com seus interesses e motivações. Importa perceber que as posturas, formulações e práticas discursivas desses grupos ocorreram em meio às guerras culturais nas quais estavam envolvidos, nas quais estavam filtrando certos aspectos da categoria de *cultura popular* e, ao fazê-lo, estavam disputando o estatuto de voz autorizada sobre o *popular* e, por conseguinte, sobre a *identidade nacional*.

É decisivo assinalar que, ao se tomar a categoria de *cultura popular* como uma construção *nativa*, produzida, manejada e remanejada de acordo com os interesses político-culturais e as demandas de significados dos grupos e linhagens dos intelectuais-artistas brasileiros, assumi-se o postulado metodológico de desnaturalizar qualquer esboço de substancialização que possa aparecer neste trabalho. Por outro lado, essa substancialização ocorreu e ocorre como conseqüência prática das lutas culturais dos referidos grupos, mas, sobretudo dos processos de oficialização e institucionalização de definições, de normatizações e implementação das políticas culturais públicas e privadas contemporâneas. Políticas nas quais as inspirações e parte das justificativas, como se verá a frente, são buscadas nas formulações e posturas desses grupos e gerações, como, por exemplo, o movimento folclórico brasileiro, dos anos quarenta, cinquenta e sessenta do século passado.

Ortiz ressalta que o tema da *cultura popular* no Brasil está marcado por três registros distintos. O primeiro diz respeito ao processo de legitimação e valorização da *cultura popular* levado a termo pelas várias gerações do movimento folclórico brasileiro, desde Silvio Romero, passando por Mario de Andrade e Câmara Cascudo, até Edson Carneiro. Esse registro atravessa a longa teia de constituição do acervo simbólico da nacionalidade, cujo trabalho dos folcloristas objetivava desvelar, proteger e resguardar, através de instituições específicas, a diversidade e riqueza das *tradições populares nacionais*. O segundo registro de acordo com o autor, aparece em meados dos anos cinquenta e possui um caráter marcadamente político. Gira em torno das discussões acerca da integração industrial da sociedade brasileira e do processo de modernização como um todo, onde a *cultura popular* aparece como um vetor de transformação política, a partir do qual se ergueu uma pedagogia estética e política de esclarecimento e conscientização, encampada pelo Cinema Novo e pelos movimentos de *cultura popular*, como o CPC da União Nacional dos Estudantes. O terceiro registro é marcado pelo advento da *indústria cultural*

brasileira e pela respectiva instauração de um mercado de bens simbólicos em âmbito nacional (ORTIZ, 2001).

Segundo o autor, a emergência desse último registro reorganizou o quadro cultural brasileiro e conferiu à noção de *cultura popular* novas bases e abrangência (ORTIZ, 2001). Com efeito, tanto o sentido de popular atribuído pelo movimento folclorista, quanto o sentido de *popular* atribuído pelos movimentos políticos dos anos sessenta, perdem progressivamente seu significado. De acordo com Ortiz, no âmbito da moderna sociedade brasileira, popular passa a assumir o significado daquilo que é consumido, constituindo-se a partir daí uma hierarquia de produtos e gêneros distribuídos no mercado, como novelas, peças teatrais, músicas, entre outros. A lógica do mercado, segundo Ortiz, despolitizou a discussão em torno do *popular*, repondo inclusive a noção e a discussão em torno do *nacional*.

A consolidação, nos anos sessenta e setenta, de um mercado de bens culturais em âmbito nacional passaram a pressionar a idéia de integração nacional (recorrente na história do Brasil) em termos da unificação dos mercados locais. Desse modo, integrar seria, antes de tudo, integrar os consumidores culturais em todo território nacional, equalizando a idéia de *nação e região*. O nacional passa a ser identificado cada vez mais ao mercado; substitui-se então a antiga correspondência entre *cultura nacional-popular* pela noção de *cultura mercado-consumo*, produzindo o que o autor chamou de *cultura popular de massa* (ORTIZ, 2001). Gostaria de reter um dos pontos da argumentação de Ortiz para esboçar os nexos relacionais entre a categoria de *cultura popular* e a narrativa de significado do *sertão* nordestino a partir das posturas político-culturais dos movimentos intelectuais-artísticos dos anos cinquenta e sessenta.

1.3.1 O movimento folclórico brasileiro: 1947-1964.

Não me parece que a assertiva de que o consumo despolitizou o ambiente cultural tenha sustentação empírica, antes o contrário. Durante os anos sessenta e no fim dos anos setenta, no momento da reabertura democrática, a profusão e consumo de filmes e músicas conferiram novos contornos às lutas políticas, sobretudo por parte das esquerdas nacionalistas e dos movimentos populares. A partir da atuação político-cultural de artistas

e intelectuais (músicos, poetas, cineastas, diretores de TV, escritores, etc.) o ambiente político dos anos sessenta foi marcado por uma forte disputa de hegemonia, travada a partir da visibilidade, circulação e consumo de muitos bens culturais; processo que resultou na grande penetração de ideais socialistas e nacionalistas nos mais variados segmentos das classes médias urbanas.

Parece-me que a despolitização mencionada por Ortiz diz respeito ao maior rigor imposto pela censura oficial a partir de 1968. De todo modo, a politização, e o próprio ator fornece grandes pistas a esse respeito, não pode ser vista apenas como a atuação político-cultural dos grupos e segmentos de intelectuais-artistas de esquerda. O movimento folclórico brasileiro, por exemplo, cuja maior atuação se desenvolveu durante os anos cinquenta, acalentava grandes interesses políticos, que foram perseguidos a partir de um movimento intelectual de sensibilização das autoridades oficiais e da sociedade civil para a necessidade de proteção e promoção do *folclore e das tradições populares*. Certamente esse objetivo, descrito e analisado por Luiz Rodolfo Vilhena⁶⁶ como um *projeto missionário*, não estava informado por uma filosofia de transformação das assimetrias sociais no Brasil, levada a cabo, entre outros aspectos, pelo poder de mobilização das atividades artístico culturais e determinadas linguagens técnicas e estéticas, como o cinema, a literatura, o teatro e a música.

Tentei organizar os dados que levantei a partir da hipótese de que o movimento folclórico representaria um “projeto social”, nos termos propostos por Gilberto Velho. Esse autor define “o projeto” como “uma tentativa consciente para dar um sentido a uma experiência fragmentadora”, característica da sociedade moderna. No caso desse movimento, esse tipo de experiência relevante para a sua compreensão são aqueles com que se defrontam as *intelligentsias* das sociedades complexas modernas: saberes autonomizados, separação entre estratos sociais (como a que se expressa na oposição “povo” e “elite”) e a constituição de diferentes identidades nacionais. O folclorismo propõe uma solução na qual se produz uma identificação com a “nação” através do “povo”, e em que o intelectual folclorista e sua disciplina desempenhariam um papel de articulação decisivo. (VILHENA, 1997, pg. 226)

O movimento folclórico agiu no sentido de construir políticas públicas, como a Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, criada nos anos cinquenta, que permitissem criar as condições institucionais de pesquisa, preservação e promoção do folclore e da *cultura popular* nacional. Essas categorias foram tratadas como homólogas pelo

⁶⁶ Luiz Rodolfo Vilhena, *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro – 1947-1964*. Editora Funarte, 1ª edição, Rio de Janeiro, 1997, p. 141.

movimento. A importância das categorias de *folclore e cultura popular* para os principais líderes do movimento (Renato Almeida e Édison Carneiro) e também para seus principais pesquisadores (Câmara Cascudo e Rossini Tavares de Lima) repousava no fato de que o conjunto das expressões e manifestações estético-artísticas populares guardavam a “verdadeira” *seiva tradicional da nacionalidade* (ALMEIDA, 1953).

A Comissão Nacional do Folclore (1947) e a Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro (1958) foram instituídas para que a *seiva tradicional da nacionalidade*, por assim dizer, tivesse as condições de continuar brotando e escorrendo pelo território nacional. Quando essas instituições passaram a ganhar densidade institucional e uma certa eficácia político-cultural havia o grande temor (revelado nas correspondências, documentos, publicações e congressos nacionais de folclore⁶⁷) de que a expansão das infra-estruturas de comunicação e informação (sobretudo o rádio e a televisão) dissolvesse o conjunto de *tradições, saberes, fazeres, expressões e manifestações estético-artísticas populares* e, com isso, fizesse cessar a *seiva da nacionalidade*, comprometendo, pois, a *identidade nacional* e a unidade simbólica da nação (ALMEIDA, 1953).

Esse imperativo de defesa e valorização da *cultura popular* ganhou um novo e poderoso impulso durante os anos noventa, acentuando-se de lá para cá, como se verá mais à frente. O movimento folclórico brasileiro foi largamente influenciado pelo romantismo de matriz alemã, a partir do qual nomes como Herder figuraram nas principais formulações e definições do conceito de *cultura popular*. Um dos principais nomes inscritos na genealogia dos pesquisadores folcloristas no Brasil, Sílvio Romero, inspirou-se nos estudos daquele para formular seu conceito de *literatura oral*. Assim, os trabalhos dos primeiros intelectuais e pesquisadores do folclore brasileiro, localizados na passagem do século XIX para o século XX, como o próprio Sílvio Romero, o cearense Franklin Távora e o pernambucano Araripe Junior, beberam nas fontes alemãs, a partir da qual importaram categorias como *poesia popular e criação popular*.

Para mim a expressão literatura tem a amplitude que lhe dão os críticos alemães e historiadores alemães. Compreende todas as manifestações da inteligência de um povo -: em política, economia, arte, criações populares, ciências e não, como era costume supor-se no Brasil, somente as intituladas belas-letas, que afinal criavam-se quase exclusivamente na poesia. (...) Quando todos os países da velha Europa possuem amplas coleções de sua poesia e tradições populares, o Brasil, e

⁶⁷ Luiz Rodolfo Vilhena, *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro – 1947-1964*. Editora Funarte, 1ª edição, Rio de Janeiro, 1997, p.98.

somente ele, não tem dado um passo assinalado nesse sentido. Levados por meus estudos de crítica científica e história literária a ocupar-me com o desenvolvimento intelectual do nosso povo, para logo deparei com tamanha lacuna e procurei removê-la. Depois de cinco anos de constante trabalho e fadigas, consegui e colecionar um vasto repertório de poesias e histórias populares a que dei o nome de cantos e contos do povo brasileiro (ROMERO, Apud MATOS, 1980:58).

Não obstante, as especificidades do processo de formação da sociedade brasileira e, por conseguinte, das *tradições populares*, fizeram com que esses intelectuais se afastassem progressivamente do legado alemão. Segundo Romero, o romantismo de filiação indigenista gestado no Brasil entre as décadas de vinte e setenta do século XIX não logrou nenhum êxito quanto à necessária pesquisa da literatura oral brasileira. Para o folclorista sergipano, o sistema literário instaurado no século XIX não foi capaz de perceber e destacar as *criações populares*.

De acordo com Claudia Neiva de Matos⁶⁸, a produção intelectual de Sílvio Romero está dividida em três domínios distintos, mas complementares: a coleta e registro de variados aspectos que compõem a literatura oral no Brasil; a reflexão crítica realizada em torno desse extenso material e a avaliação e discussão sistemática de trabalhos de pesquisa semelhantes a o seu, tanto daqueles realizados antes das suas pesquisas, como foi o caso de Jose de Alencar, quanto das pesquisas empreendidas por seus contemporâneos, como Araripe Junior e Franklin Távora (MATOS, 1994). Os primeiros dois domínios que compõem a obra intelectual de Romero, a coleta e registro da *literatura oral* e as reflexões críticas desenvolvidas a partir desses, revelam a grande extensão empírica desses dois domínios.

Segundo Matos, os livros *Os contos e cantos populares do Brasil* e os *Estudos sobre poesia popular do Brasil* constituem um exemplo acabado dessa extensão. Esses trabalhos reúnem o substrato da pesquisa e análise da *poesia popular e da literatura oral* realizados por Romero. Nesses trabalhos é bastante forte o traço da oralidade sertanejo-nordestina, como o abio dos vaqueiros, assim como outros traços das expressões e *manifestações populares* que Romero incorporou na constituição da sua experiência subjetiva no *sertão* sergipano.

Quando me afundei em mim mesmo para sondar como se me tinha operado o que se poderia chamar a minha origem e formação espiritual, conheci que essa espécie de exame de consciência não era nada fácil. Achei em minha alma, meio velada, num semicrepúsculo subjetivo, tantas antropologias, etnografias,

⁶⁸ Cláudia Neiva de Matos, *A poesia popular na República das letras*. 1º edição, Editora UFRJ|FUNARTE, 1994.

lingüísticas, críticas religiosas, folclóricas, jurídicas, políticas e literárias, que tive medo de bulir com elas e de me meter nesse matagal. (ROMERO, Apud. MATOS, 1994, p.31).

A forte presença sertanejo-nordestina nas criações populares e na literatura oral pesquisadas por Romero e seus contemporâneos levaram Matos a sugerir que o nacionalismo literário do indigianismo romântico brasileiro foi substituído pelo sertanejismo. Matos assinala que não se pode de modo algum ignorar os elos de continuidade entre indigianismo e sertanejismo na produção literária brasileira da passagem do século XIX para o século XX.

A ficção e a poesia sertaneja constituem provavelmente a primeira tentativa sistemática de integrar à literatura culta aspectos temáticos e estilísticos da tradição oral. Nesse sentido, enfatiza-se o contato direto com as fontes, o conhecimento imediato, a inspiração palpável. Embora esses e outros elementos diferenciem essa nova tendência do nacionalismo literário do indigianismo que a precedeu, o sertanejismo apresenta-se como alternativa que desdobra e atualiza um projeto de que o indigianismo foi o primeiro passo ou a primeira feição (...) Efetuando o trânsito do romantismo ao realismo, a narrativa regionalista opõe-se tanto à poesia intimista cosmopolita quanto a convenção poética indigienista, considerada exageradamente idealizada e alinhada com os padrões exóticos europeus. Nelson Werneck Sodré observa que no “sertanejismo” verifica-se o formidável esforço da literatura de superar as condições que a subordinam aos modelos externos (MATOS, 1994, p.61).

Matos chama atenção para o fato de que o grande contato etnográfico de muitos intelectuais e escritores da geração de Silvio Romero com as *tradições e expressões das criações populares do sertão* nordestino (reisados, cantigas, contos rurais, literatura de cordel, entre outros) penetraram no conteúdo da produção literária e artística desses intelectuais e escritores. Entre outros aspectos, é preciso destacar que se esboça ali uma modalidade de realismo literário que será consolidada nas décadas de vinte e trinta do século passado, qual seja, o realismo que elegeu o *sertão* nordestino como espaço por excelência para se falar e narrar a privação e a miséria, ou seja, o *sertão* com espaço-dor e espaço-vítima. Essa modalidade de realismo, que conformou e foi conformado pelo chamado regionalismo de 30 (CÂNDIDO, 1964), corresponde a um extenso fio da trama de significação do *sertão*, ele vai ser retomado e mobilizado novamente durante os anos sessenta, sob a égide de um projeto político-cultural de transformação social, levado a cabo pelos intelectuais artistas do CPC|UNE (Centro Popular de Cultura da União Nacional dos Estudantes) e pelo Cinema Novo.

Há um aspecto um aspecto de grande relevo que precisa ser tratado aqui. Ele diz respeito ao fato de que a geração de intelectuais e artistas de Sílvio Romero, a emblemática geração de 1870 (ALONSO, 2001), da qual fez parte também nomes como Euclides da Cunha, promoveu um deslocamento estilístico e político ao se debruçar sobre as *criações populares e a poesia popular* do *sertão* nordestino. Tal deslocamento separa, em certa medida, inclusive o próprio Sílvio Romero, a geração de 1870 da geração seguinte de pesquisadores folcloristas, na qual aparece nomes como Mário de Andrade, Câmara Cascudo e Édison Carneiro.

O realismo literário de matriz sertaneja desenvolvido pela geração de Romero corroborou para a formação do realismo literário produzido pelo regionalismo das primeiras décadas do século passado, levado a termo por escritores como José Américo de Almeida, Graciliano Ramos e Rachel de Queiroz. Assim, é possível sustentar que o realismo literário do qual faz parte o nacionalismo sertanejo do qual fala Matos está na gênese de constituição das escolas realistas que corroboraram para cristalizar a narrativa de significado do *sertão*. No entanto, em que medida o nacionalismo sertanejo destacado por Matos e seu realismo correspondente foi incorporado e filtrado pelo movimento folclórico brasileiro, no qual Sílvio Romero é reputado como uma espécie de pai fundador?

Essa indagação é decisiva. Ela permite entender as posturas político-culturais dos grupos e gerações de intelectuais-artistas diante das categorias de *cultura popular* e, por conseguinte, das narrativas e conteúdos a ela associados, como o *sertão* nordestino. Oliven destaca que o regionalismo, a partir das décadas de vinte e trinta do século passado, se tornou um verdadeiro campo de batalha, de disputas simbólicas e políticas entre diferentes grupos de interesses. O movimento folclórico brasileiro foi um dos grupos de interesses envolvidos nos processos de pesquisa e definição do regional e, por conseguinte, do significado último da *identidade nacional* (OLIVEN, 2006).

O movimento folclórico brasileiro foi responsável, entre os anos quarenta e sessenta, por uma rede de proteção nacional das chamadas expressões e *tradições populares*. Essa rede foi tecida institucionalmente a partir da atuação das Comissões Estaduais do Folclore. As comissões atuavam no sentido de criar as condições políticas e oficiais junto aos governos e entidades da sociedade civil dos estados-sede para pesquisa, promoção e defesa do folclore regional e nacional. É possível, como operou Vilhena, estabelecer uma síntese

do movimento folclórico a partir de três eixos interdependentes: seus objetivos, estratégias e atores.

Em meio à definição desses três eixos, o movimento folclórico realizou escolhas teóricas e ergueu filtros de interpretação da *tradição* e da *cultura popular* brasileira que passou pela retomada dos principais autores e representantes do romantismo de matriz alemã. No entanto, essas escolhas não se realizaram como resultado de uma intencionalidade que pára, pensa, calcula e traça uma meta definida. Elas foram surgindo e sendo realizadas durante as duas décadas de estruturação do movimento e de institucionalização de suas principais ações e propostas. É possível sugerir que o movimento folclorista retomou o romantismo naquilo que lhe foi mais caro e característico, qual seja, a crença de que a *poesia popular e as criações populares* guardam a essência de um passado perdido, tal qual uma espécie de tesouro humano diluído em certos aspectos das *criações artístico-estéticas populares* (ORTIZ, 1992). Essa crença trata as *criações populares* como verdadeiros objetos de culto, potencializado a partir da criação de categorias como *poesia popular, cultura popular, criações populares*, entre outros. Esse apreço, quase sagrado a essas categorias, permite entender as filiações entre os termos *Kultur* e *Bildun* dentro do processo de formação de algumas camadas de intelectuais alemães durante os séculos XVIII e XIX.

Tudo se passa como se o campo da cultura popular fosse análogo ao de uma formação geológica. Na superfície, encontraríamos o pensamento letrado, com suas verdades racionais e reflexivas. Descendo pelas camadas sociais, encontraríamos os segredos das jazidas escondidas. Por isso, os pobres e os trabalhadores são personagens secundários da curiosidade romântica; é necessário ir mais fundo, tocar os grupos incólumes, afastados da civilização. O intelectual, como um geólogo, caminharia pelas camadas intermediárias, para finalmente recuperar os restos arqueológicos cobertos pela poeira da história. (ORTIZ, 1992, p.39)

Diferente dos intelectuais reunidos em torno do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB), que produziram uma contundente crítica político-cultural a partir de conceitos como *alienação cultural e indústria cultural*, assim como dos artistas que organizaram os Centros Populares de Cultura (CPCs), dos militantes culturais que forjaram o Teatro de Arena e dos cineastas que deram vida ao Cinema Novo, os intelectuais e pesquisadores do movimento folclórico brasileiro não possuíam um projeto político de transformação das profundas assimetrias nacionais. O projeto político do movimento era de

outra ordem. Consistia em criar espaços institucionais dentro da estrutura político-administrativa do Estado brasileiro, algo que de fato foi realizado, pelo menos até meados dos anos sessenta.

Esses espaços foram criados à medida que o movimento foi assumindo um *ethos missionário* (VILHENA, 1997). Uma postura panfletária profundamente idealista, calcada em uma rede de colaboração de pesquisa espalhadas por todo país, cuja organização dependeu da consolidação de uma ética de valorização contumaz das *tradições e criações populares*. Essa valorização e idealização engendrou, por parte desses pesquisadores, um verdadeiro *culto ao popular*, um encantamento que dependeu fundamentalmente das afinidades afetivas e teóricas criados entre esses pesquisadores, que acabaram produzindo no Brasil uma espécie de estatuto social da “pureza” envolvendo as *expressões e manifestações estético-artísticas das criações populares*.

Desde os primeiros anos de atuação, os principais intelectuais folcloristas reunidos em torno da Comissão Nacional do Folclore (CNFL), acalentavam três objetivos complementares: a pesquisa, a proteção e a inserção dos estudos do folclore e das *tradições populares* nos currículos educacionais. Nessa tríade, a pesquisa constituía o passo inicial, operava como uma chave que dava acesso à realização dos dois objetivos seguintes. O rigor da pesquisa deveria estar aliado à necessidade de definição de um objeto específico. Segundo Vilhena as principais definições do movimento acerca dos fatos folclóricos eram qualificações substancialistas (“maneiras se ser, de pensar e de agir”) e abrangentes, que consistiam em dilatar a especificidade do fenômeno|objeto, não reduzido apenas ao “espiritual”, ao “tradicional”, ao “anônimo” e ao “popular”. A definição do objeto da ciência do folclore empreendida pelo movimento, de acordo com Vilhena, gira em torno do antagonismo (atualizado pelo movimento diante do intenso processo de modernização nacional) entre as *tradições populares* e os círculos eruditos de produção simbólica. Diante desse antagonismo, o movimento busca definir a especificidade do fenômeno folclórico a partir das *tradições culturais* criadas e transmitidas pelo próprio “povo”, diferente daquelas produzidas e transmitidas pela escola, a igreja e, sobretudo, a *indústria cultural*.

Rossini Travassos de Lima⁶⁹, um dos nomes mais proeminentes do movimento folclorista, sugeriu a aplicação do conceito de *folgedos populares* para exprimir a

⁶⁹ Rossini Travassos de Lima, *A ciência do folclore*, 2ª edição, Editora Martins fontes, São Paulo, 2005.

diversidade de expressões e manifestações que poderiam estar condensadas em um único evento ou auto, como os festejos juninos, por exemplo. “Os folguedos expressavam a cultura popular como um todo integrado, inseparável da vida cotidiana. Eram o folclore em ação, aberto e contraditório, ligado ao passado e continuamente adaptado ao presente; um caminho privilegiado para captar a originalidade do processo de formação da cultura brasileira”(LONDRES, 2001, p.4).

Na *Carta do folclore brasileiro*, publicada durante o Primeiro Congresso Brasileiro de Folclore, em 1950, aparece como um dos pontos centrais da pesquisa a fixação de datas comemorativas ligadas ao folclore local nos diversos municípios brasileiros. Essas datas deveriam coincidir com a celebração das festas tradicionais brasileiras (como o ciclo junino, no Nordeste, o Círio de Nazaré, no Norte, entre outras). Essas festas, por condensarem cantos, músicas, diversas oralidades e danças, expressões, manifestações e aspectos lúdicos, definidos por Rossini Travassos de Lima como *folguedos populares*, tornaram-se o objeto de pesquisa por excelência do movimento folclórico.

Não havia uma distinção clara entre os conceitos de *folclore e cultura popular* por parte do movimento. O termo *literatura oral* acalentado por Silvio Romero assemelha-se bastante ao conceito de cultura desenvolvido pela antropologia social moderna, e durante os anos quarenta foi bastante utilizado. Do mesmo modo, o anteprojeto de criação do SPHAN apresentado por Mário de Andrade⁷⁰ contemplava a totalidade dos fazeres, saberes e as formas de expressão, também assaz utilizado nos anos quarenta e, por seu turno, bastante próximo ao conceito antropológico de cultura. Câmara Cascudo, por exemplo, preferia lançar mão do conceito de *cultura popular ao de folclore*, alegando que o primeiro retinha uma acepção mais ampla, concernente as práticas e aos gestos cotidianos. Não obstante, essa distinção não é muito acentuada e explorada no interior do movimento. De toda sorte, a partir da cunhagem do conceito de *folguedos populares* o tônus da pesquisa e das ações de proteção passaram a se concentrar nas formas de expressão e celebração (danças, cantos, rituais religiosos de morte e nascimento, artes gráficas em geral, entre outras).

⁷⁰ Em 1936, por encomenda do então ministro da Educação Gustavo Capanema, Mário de Andrade preparou um ante-projeto de criação de uma instituição dedicada às artes e ao patrimônio histórico nacional. Em 1937, com modificações substanciais no projeto inicial apresentado por Mário, foi criado o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), mais tarde transformado em instituto.

Essas definições conceituais podem ser vistas como parte das lutas institucionais travadas pelo movimento. O ponto alto de tais lutas pode ser localizado quando das contendas travadas por Edison Carneiro (ativo militante do movimento e primeiro presidente da Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro – CDFB) e Florestan Fernandes. Vilhena destaca que Fernandes não conferia ao estudo do folclore o estatuto científico reivindicado pelo movimento folclórico. Para o sociólogo paulista, o folclore deveria ser inserido no panorama geral dos estudos humanísticos, como uma disciplina semelhante àquelas que se debruçam sobre as propriedades estéticas dos materiais coletados, suas origens e modificações históricas. Essa posição secundária que Fernandes atribuiu ao folclore se deve, em certa medida, ao caráter de reminiscência constatado por Fernandes ao estudar o folclore urbano na cidade de São Paulo nos anos quarenta. Embora Fernandes ressalte que essa constatação não seria realizada caso estivesse estudado os fenômenos folclóricos em cidades como Recife, Salvador e Rio de Janeiro, não abre mão da sua interpretação do folclore, sobretudo o folclore urbano, como um fenômeno em franco desaparecimento e desintegração.

A pesquisa e a proteção ensejaram o objetivo de inserção dos estudos do folclore nos conteúdos curriculares do país. A concretização desse último objetivo, talvez o que tenha exigido maior devoção missionária do movimento, conduziu os intelectuais-artistas folcloristas a uma atitude ambiciosa, bem diferente das hesitações defensivas que caracterizavam as ações de preservação. No interior do movimento, coube a Cecília Meireles estreitar as relações entre folclore e educação. Segundo a escritora, a importância da inserção do folclore nos conteúdos curriculares deveria se expressar de maneira ampla em duas frentes. Por um lado, essa relação deveria se concretizar na fundação de museus de artes populares. Esses permitiriam a inserção do folclore nos espaços urbanos mais formalizados e distantes dos espaços rurais onde a presença dos fenômenos folclóricos era maior. Assim, permitiriam um contato maior entre os alunos (cuja frequência aos museus é bastante regular através das escolas) e o folclore. Por outro lado, a relação deveria ser levada a termo desde a primeira idade escolar. Para Meireles, na educação das crianças o folclore não deveria ser ministrado como uma disciplina como outra, mas antes deveria orientar todo processo pedagógico empreendido pelos professores:

Nas escolas primárias e instituições pré-escolares, o folclore não pode ser encarado especulativamente, mas vivido, cada dia, na sua realidade, justamente para assegurar a sua permanência e prosseguir na sua evolução (...). O folclore

deve constituir a atmosfera da criança não só nos seus momentos de recreio (cantigas, danças, adivinhas, parlendas, jogos, contos, brinquedos), como na inspiração de trabalhos manuais (rendas, bordados, traçados, modelagens, etc) (MEIRELES, 1954, apud VILHENA, p. 101)

As duas maiores justificativas de utilização do folclore na educação foram forjadas, no entanto, pelo quase vitalício presidente da Comissão Nacional de Folclore, Renato Almeida. Na abertura do 2º Congresso Brasileiro de Folclore, Almeida destaca que devido ao número significativo de filhos de imigrantes europeus (que chegaram no país nos anos vinte e trinta) nas escolas o folclore deveria ser ministrado como instrumento pedagógico de integração dessas crianças à cultura nacional. Essa utilização também facilitaria a compreensão de outros conteúdos, como os de história nacional e geografia brasileira. Por outro lado, Almeida sustenta que a principal medida contra o problema do analfabetismo seria a introdução do estudo do folclore no processo de alfabetização. Assim o educador, ao conhecer os modos de vida do povo, poderia dispor de recursos mais eficazes para alfabetizar as populações rurais que chegavam em grandes contingentes aos centros urbanos (ALMEIDA, 1957).

Para a consecução dos objetivos pontuados antes o movimento folclórico lançou mão de uma estratégia central: criar as condições político-institucionais para a criação de um órgão federal, sediado na antiga capital da República, incumbido de cumprir a referida pauta de objetivos. Os obstáculos para tanto foram muitos. Durante os dezessete anos (de 1947 a 1964) recortados por Vilhena como aqueles marcados pelo delineamento de um projeto missionário, tal instituição não foi plenamente conformada, embora, na longa duração, seus efeitos práticos tenham sido claros. Para compreender esses obstáculos é preciso perceber as interdependências sociais nas quais o movimento estava inscrito e formava um sistema de tensão bastante peculiar.

O delineamento do projeto missionário começou com a constituição da Comissão Nacional de Folclore (CDFN), em 1947, como uma comissão temática permanente do Instituto Brasileiro de Educação, Ciência e Cultura (IBECC), do Ministério das Relações Exteriores. A comissão foi criada para ser a representante brasileira na UNESCO, acabou sendo a primeira comissão nacional criada por sugestão da UNESCO com vistas a realizar um trabalho de mapeamento das expressões culturais locais. A comissão nacional era permanentemente alimentada em suas pesquisas pelas comissões estaduais. Havia uma rede de colaboração estreita entre os intelectuais folcloristas que, como sustenta Vilhena,

conquistavam adeptos para sua missão através do rumor, mediante as grandes alianças afetivas (VILHENA, 1997).

Vilhena oferece os elementos para se pensar as diferentes linhagens dos intelectuais folcloristas que compuseram o movimento como uma confraria de amigos absolutamente devotados a uma missão, tomados, nas mais diferentes regiões do país, por uma paixão mobilizadora. Devido à baixa densidade institucional durante o período de atuação da Comissão Nacional, os congressos, as semanas e os eventos dedicados à pesquisa e preservação do folclore eram realizados a partir das energias afetivas de seus participantes, que faziam desses eventos grandes espaços de celebração e confraternização em torno dos festivais e exposições folclóricas. Durante esses eventos, seus membros se reuniam para apreciar os materiais coletados (trajes típicos, comidas, utensílios domésticos, instrumentos musicais, canções, danças, enfim, a totalidade de hábitos e costumes documentados através dos grandes inquéritos), revelando grande interesse e curiosidade, passando os dias do congresso tomados pela experiência de conhecer aquele universo simbólico multifacetado.

Os congressos realizados nos anos cinquenta mais do que eventos de apresentação de trabalhos e atualização de temas e questões de ordem técnica, era o momento de renovação das energias missionárias do movimento, pois ensejavam grandes rituais de conagração que operavam no sentido de municiar o ânimo de seus componentes, como uma espécie de terapia periódica que integrava essa comunidade de afeto. Cada vez mais os festivais e as exposições folclóricas cresciam em importância dentro dos congressos nacionais. Assim, os próprios congressos eram os vetores de visibilização do objeto de pesquisa do movimento: os *folguedos populares*.

Esse caráter lúdico-celebrativo dos congressos, por vezes, ensejava tensões dentro da trama relacional mais ampla do movimento. Ao enfatizar a pesquisa como objetivo chave, como se viu antes, responsável pelo acesso aos demais objetivos, o movimento investiu também no rigor acadêmico da pesquisa, o que acabava, durante os congressos, contrastando com as disposições idílicas, voluntaristas e apaixonadas de muitos dos seus integrantes. Não obstante, essas verdadeiras epopéias lúdicas dos congressos faziam parte de uma estratégia maior do movimento: a produção de rumores, ou seja, a multiplicação dos ecos reivindicatórios de um grupo de pressão que granjeou certa legitimidade até meados dos anos sessenta (VILHENA, 1997).

No entanto, a dificuldade de institucionalização do movimento, ou seja, a constituição de uma instituição federal centralizada de pesquisa, proteção e disseminação do folclore, minou parte das energias intelectuais e políticas de seus principais artífices. Essa dificuldade (que comprometeu principalmente o objetivo de inserção dos conteúdos folclóricos nos currículos educacionais) decorreu da baixa densidade de postos e funções públicas voltadas para o trabalho do intelectual folclorista. A pesquisa era feita paralela às atividades profissionais, assim como os congressos eram realizados sem o apoio direto de um órgão de coordenação central, não obstante, a montagem de um sistema de preservação e a inserção dos estudos de folclore nos currículos escolares não poderia ser levada a termo sem tal instituição, que deveria ser um órgão de caráter estatal público, organizado sob os auspícios da administração federal e inserida na alçada administrativa do Ministério da Educação e Cultura.

Essa estratégia só logrou êxito parcial. As negociações político-culturais travadas no decurso da contingente década de cinqüenta oscilaram bastante. De um lado as autoridades públicas (como o então ministro da Educação do governo Juscelino Kubitschek Clóvis Salgado) devotavam maior prioridade a outros temas, buscando extrair recursos federais para obras de construção de escolas e universidades, de outro, os intelectuais folcloristas tentando obter a garantia de criação de uma instituição para o folclore, mas com autonomia e independência. Os folcloristas foram ambiciosos, pretendiam realizar suas pesquisas, montar seu sistema de proteção e intervir no processo educacional mediante a institucionalização de um órgão estatal, mas sem a ingerência política do Estado.

Em 1958 foi finalmente criada no âmbito do Ministério da Educação e Cultura a Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro (CDFB). Tratava-se de uma instituição que incorporava parte das funções da Comissão Nacional de Folclore (CNFL), dividida em uma diretoria executiva e um conselho técnico. A classificação de “campanha” presente na nova instituição decorreu da maneira como a gestão do MEC filtrou as demandas do movimento. A rigor, os líderes do movimento pretendiam transformar a comissão em um instituto nacional. A idéia de “campanha” adotada pelo MEC fundamenta-se na urgência da questão, na necessária celeridade reclamada, detendo um caráter provisório até que a questão fosse tratada e solucionada. Anos antes, em 1951, havia sido instituída também no MEC outra campanha, a Campanha de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível Superior (CAPES), destinada a qualificar os docentes das universidades brasileiras.

A Campanha de Defesa do Folclore passou a coordenar todo o planejamento de pesquisa e proteção, mantendo logo nos primeiros meses acordos e convênios com as comissões estaduais e instituições regionais de folclore, enriquecendo o acervo documental fonográfico e fotográfico. O conselho técnico centralizava as decisões, substituindo assim o caráter deliberativo dos congressos nacionais, além de concentrar e priorizar as ações de defesa e preservação, preterindo um pouco o trabalho de pesquisa, priorizado antes pelas comissões estaduais e nacionais. A criação da campanha representou o desaguadouro de um tenso e longo processo de oficialização dos temas do *folclore e da cultura popular brasileira*.

A inserção no âmbito da gestão estatal permitiu ao movimento a garantia da regularidade de recursos e a conquista de um espaço discursivo necessário à dinamização da militância, à galvanização de alianças com intelectuais e artistas envolvidos na operacionalização de outras políticas públicas e responsáveis pelo gerenciamento de outras instituições estatais, além de segmentos da sociedade civil, como partidos políticos e setores da imprensa. No início da década de sessenta, o Conselho Nacional do Folclore (estrutura deliberativa interna na CDFB) ampliou seus quadros e incorporou novos agentes políticos, passo decisivo na criação do que mais tarde viria a ser o Instituto Nacional do Folclore e mais recentemente o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), em 1997.

Em 2003 o Centro Nacional do Folclore e Cultura Popular (CNFCP) passou para a alçada institucional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), integrado ao Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI) do IPHAN. Hoje o CNFCP está instalado em quatro edifícios, dois quais três integram o conjunto arquitetônico do Palácio do Catete, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). O centro formula e implementa projetos de estudo, pesquisa, documentação e difusão de *manifestações, expressões, saberes e fazeres* espalhados pelo território nacional. No centro funciona o Museu de Folclore Edson Carneiro, com um acervo museológico, segundo Maria Laura Viveiro de Castro Cavalcanti, de 14 mil objetos; a Biblioteca Amadeu Amaral, com cerca de 130 mil documentos bibliográficos e aproximadamente 70 mil

documentos audiovisuais⁷¹; a Galeria Mestre Vitalino, de exposições temporárias e a Sala do *Artista Popular*, espaço destinado à exposição de obras de arte e artesanato popular.

Em agosto de 2008, por ocasião da comemoração dos cinquenta anos do centro, cuja fundação é atribuída a 1958, ano de criação da Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro (CDFB), a direção do centro lançou um projeto de divulgação do acervo sonoro e visual da Biblioteca Amadeu Amaral, encabeçado por um vídeo comemorativo intitulado *Em busca da tradição nacional*. O vídeo traz as imagens dos arquivos e acervos compilados a partir de um conjunto de pesquisas institucionais empreendidas pelos principais pesquisadores do movimento folclórico (1947-1964).

No entanto, a realização mais relevante da Comissão de Defesa do Folclore Brasileiro (CDFB) foi a criação da *Revista do Folclore Brasileiro*. Tratava-se de uma publicação editada trimestralmente e distribuída nos principais centros urbanos nacionais. De 1961 a 1973 a publicação circulou ininterruptamente, trazendo nas capas desenhos, xilogravuras, imagens, fotografias, caricaturas e reproduções gráficas das inúmeras manifestações folclóricas nacionais. Essa publicação foi o móvel canalizador de apoio e de consecução de uma rede de alianças que levou, de fato, a disseminação e legitimação do conteúdo folclórico, sobretudo dos *folguedos populares*, sedimentando o registro da expressividade e do lúdico como uma chave de acesso à *identidade nacional*.

⁷¹ Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcanti e Maria Cecília Londres Fonseca, *Patrimônio Imaterial no Brasil: legislação e políticas estaduais*. 1º EDIÇÃO, UNESCO, Brasília, 2008, p.25.

Figura 08.Exemplo de alguns números da Revista Brasileira de Folclore



Fonte: Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP)

Como se vê, em certa medida, o projeto político do movimento folclórico foi realizado. Para isso, no entanto, o movimento teve que adotar uma postura bastante conciliatória e, às vezes, bastante subserviente com os órgãos da administração cultural e educacional do Estado brasileiro. Uma dessas conciliações aparece na própria maneira como o legado intelectual de Silvio Romero foi incorporado. O peso crítico tributário das reflexões de Romero em torno dos materiais etnográficos da *literatura oral*, assim como o realismo literário e o nacionalismo sertanejo que Romero e sua geração ajudaram a criar, foram

atenuados dentro da geração seguinte de pesquisadores folcloristas, como Câmara Cascudo e Theo Brandão⁷². Por outro lado, o trabalho sistemático de pesquisa e suas reflexões e formulações teóricas, que deram origem ao conceito de *literatura oral*, foram retomados e largamente difundidos pelo movimento. Romero é visto, tanto pelos líderes do movimento (Renato Almeida e Edson Carneiro), quanto pelos pesquisadores e teóricos mais celebrados (Mario de Andrade, Câmara Cascudo e Rossini Tavares de Lima) como figura de proa, como um nome central de inspiração e formação das gerações mais jovens. No entanto, diante das contingências e das peculiaridades formativas dos principais líderes e autores do movimento, apenas parte do legado de Romero foi incorporado e atualizado.

Trabalhos como *Cantos e contos populares do Brasil e os Estudos sobre poesia popular do Brasil* impactaram sobremaneira autores como Mario de Andrade e Câmara Cascudo. Esse último deixa patente sua dívida e filiação direta com o crítico e folclorista sergipano⁷³. Com efeito, pensando na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 1993), os aspectos mais importantes na filiação entre Romero e Cascudo dizem respeito a grande presença temática das tradições sertanejo-nordestinas e a relevância de categorias como *literatura oral* para a confecção da obra do segundo.

Segundo Vilhena, Luis da Câmara Cascudo foi o pesquisador mais proeminente do movimento folclorista, responsável por uma das maiores trabalhos de coleta e registro etnográfico realizados no século XX. A rigor, quando o movimento folclórico se configura como um movimento, dotado de interesses, propostas e ações específicas, Cascudo já ocupava um lugar de grande destaque no espectro geral dos intelectuais e pesquisadores ocupados com o tema da *cultura popular*. Nos anos vinte Cascudo já era objeto de elogios e relatos de admiração por parte de autores como Mario de Andrade. Na década seguinte, foi grande o impacto de seu *Vaqueiros e cantadores*.

Os trabalhos de pesquisa e catalogação realizados por Cascudo forneceram uma grande visibilidade e legitimidade temática ao *sertão* nordestino dentro do movimento folclórico. Mais tarde, já nos anos sessenta, essa legitimidade e visibilidade do *sertão* foram potencializadas segundo outros desígnios político-culturais. Segundo Diógenes da Cunha Lima⁷⁴, Cascudo foi o grande professor de *sertão* da sua geração. Ainda segundo

⁷² Pesquisador e folclorista alagoano, um dos mais atuantes dentro do movimento folclorista brasileiro, foi bem próximo de Câmara Cascudo e outros folcloristas de sua geração.

⁷³ Mário de Andrade, *O turista aprendiz*. Editora Livraria Duas Cidades. 1º edição, 1976, p. 232.

⁷⁴ Principal biógrafo de Câmara Cascudo e um dos responsáveis pela administração do Espaço Cultural e Museu Câmara Cascudo, em Natal, Rio Grande do Norte.

Lima, Cascudo publicou cerca de 150 livros durante os seus 88 anos de idade, boa parte dela ocupada com a pesquisa sistemática dos costumes, expressões e manifestações do *sertão* nordestino. Nascido na cidade de Campo Grande, interior do Rio Grande do Norte, Cascudo, ao contrário de alguns de seus contemporâneos - como Édison Carneiro, que logo na juventude, deixou seu estado natal, a Bahia, para se fixar no Rio de Janeiro - preferiu fazer sua carreira na pequena e pacata capital de seu estado, Natal, bastante próximo do seu torrão natal, as vastas áreas rurais do Rio Grande do Norte e dos estados nordestinos vizinhos.

A permanência de Cascudo no Nordeste permitiu-lhe continuar pesquisando e catalogando com fidedignidade seu objeto predileto: o *sertão*. A Comissão Regional de Folclore do Rio Grande do Norte, umas das mais atuantes, viveu fundamentalmente, no que diz respeito à pesquisa, dos trabalhos de Cascudo. Os trabalhos de Cascudo corroboraram para fazer das comissões nordestinas, depois da comissão paulista, as mais atuantes, sem mencionar a presença dos temas e conteúdos sertanejo-nordestinos nos números da *Revista do Folclore Brasileiro*.

Segundo Vilhena, de todos os documentos publicados pelas comissões estaduais entre 1948 e 1963, os estados nordestinos de Alagoas, Bahia, Pernambuco e Ceará somaram 33% das publicações, sendo a Bahia responsável por 14,5%, superada apenas por São Paulo, com 26% das publicações. A presença contundente desses dois estados pode ser explicada, em parte, pela valorização político-cultural de alguns grupos de intelectuais-artistas do folclore nesses estados desde os primeiros anos do século XX. Também segundo Vilhena, do total de 242 artigos publicados pelas comissões estaduais entre 1948 e 1963 94 artigos foram produzidos pelas comissões nordestinas, ou seja, aproximadamente 40% do total⁷⁵.

Esses dados sugerem o quanto os temas e os conteúdos do *sertão* nordestino comparecem dentro do projeto missionário do movimento folclórico brasileiro (VILHENA, 1997), notabilizando-se como um dos reservatórios prediletos daquilo que Renato Almeida (principal líder do movimento) chamou de *seiva tradicional da nacionalidade* (ALMEIDA, 1953). O *sertão* nordestino foi, por assim dizer, um dos principais objetos de encantamento e idealização do movimento, inscrito de maneira central no processo social de construção do estatuto da “pureza”.

⁷⁵ Luiz Rodolfo Vilhena, *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro, 1947-1964*. 1ª edição, Rio de Janeiro, FUNARTE, 1997, p. 303.

A vastíssima obra de Cascudo, em particular o seu *Literatura oral no Brasil*, demonstra parte das posturas políticas do movimento folclórico, notadamente no que diz respeito à formulação da categoria de *cultura popular* acalentada por Cascudo e pelo movimento. Embora Cascudo destaque⁷⁶ que o seu entendimento de *cultura popular* esteja baseado em uma noção ampla, marcada pela totalidade de hábitos, costumes, crenças e valores, ou seja, bastante semelhante ao conceito antropológico de cultura, o que salta aos olhos nos seus trabalhos de catalogação etnográfica é o registro marcante da expressão, isto é, o traço central da ritualidade e das *manifestações estético-artísticas populares*. Por isso se destaca a literatura de cordel, os reisados, as danças, os cantos, os contos e os *autos populares*. Esse traço marcou profundamente o movimento folclórico, que criou, como consequência, o conceito unificador de *folgedos populares*, formulado por Rossini Tavares de Lima. Como se pode notar, a presença de Cascudo e, por conseguinte, do seu *sertão*, foi marcante sob vários aspectos. Analisando a importância da narrativa do *sertão* no âmbito do movimento folclórico, Durval Muniz de Albuquerque Jr. assinala:

A busca das verdadeiras raízes regionais, campo da cultura, leva a necessidade de inventar uma tradição. Inventando tradições trata-se de estabelecer um equilíbrio entre a nova ordem e a anterior; busca-se conciliar uma nova territorialidade com antigos territórios sociais e existenciais. A manutenção de tradições é, na verdade, sua invenção para novos fins, ou seja, a garantia da perpetuação de privilégios e lugares sociais ameaçados. A perda é o processo pelo qual estes indivíduos tomam consciência da necessidade de construir algo que está se acabando. (...) Não é a toa que as pretensas tradições nordestinas são sempre buscadas em fragmentos de um passado rural e pré-capitalista; são buscadas em padrões de sociabilidade e sensibilidades patriarcais. Uma verdadeira idealização do popular, da experiência folclórica, da produção artesanal, tidas sempre como mais próximas da verdade da terra (ALBUQUERQUE, 1999, pg.77).

1.3.2 O ISEB e o CPC da UNE.

Bastante distinto dos posicionamentos adotados pelo movimento folclórico foram as formulações e propostas dos intelectuais do ISEB (Instituto Superior de Estudos Brasileiros). Diante das transformações da sociedade brasileira nos anos cinquenta, sobretudo no que diz respeito a expansão dos mercados culturais urbanos, os intelectuais isebianos formularam uma contundente crítica filosófica, com grande reverberação nos movimentos culturais de esquerda dos anos sessenta. Essa influência pode ser percebida,

⁷⁶ Luís da Câmara Cascudo, *Literatura oral no Brasil*. Editora global, 2ª edição, São Paulo, 2006, p. 27.

entre outros aspectos, pela permanência e atualização de conceitos como *cultura alienada*, *colonialismo cultural* e *autenticidade cultural* entre alguns grupos de intelectuais-artistas contemporâneos (ORTIZ, 2001). Essas categorias foram forjadas e manuseadas em meio às guerras culturais travadas nos anos cinquenta e sessenta.

O trabalho de crítica político-cultural do ISEB foi realizado a partir de duas matrizes conceituais: *alienação e situação colonial*. Segundo Ortiz, os artífices dessa matriz conceitual foram Hegel, Marx e Sartre. A partir desses autores e dessa matriz, os intelectuais do ISEB, autores como Guerreiro Ramos, Roland Corbesier e Candido Mendes, formaram uma crítica com vistas a chamar atenção para os processos de dominação cultural sofridos por países como o Brasil e as ex-colônias de um modo geral. Essa dominação, segundo os isebianos, estava recrudescendo e assumindo novas faces diante da expansão das *industrias culturais* norte-americanas, que estavam produzindo assim um novo *colonialismo cultural*. Ortiz destaca que essa crítica foi realizada segundo o propósito de criar as condições políticas de superação do *colonialismo cultural*. O ISEB atuou no sentido de engendrar uma tomada de *consciência nacional*, capaz de realizar o processo de *desalienação do ser nacional* (ORTIZ, 2003). Esse processo foi levado a cabo, em certa medida, pelo CPC|UNE, o Teatro de Arena e o Cinema Novo.

A falta de consciência nacional, a falta de consciência crítica sobre nós mesmos se explica pela alienação, pois o conteúdo da colônia não é a própria colônia, mas a metrópole... A tomada de consciência de um país por ele próprio não ocorre arbitrariamente, mas é um fenômeno histórico que implica e assinala a ruptura do complexo nacional (CORBISIER, Apud ORTIZ, 2003, Pg 51).

É bastante patente, sustenta Ortiz, nos trabalhos de autores como Guerreiro Ramos e Candido Mendes, um chamado à “autenticidade”, seja na produção de conceitos próprios, desembocando no que Ramos chamou de sociologia “autentica”e|ou nacional, em contraposição à uma sociologia consular, seja no que diz respeito a função da universidade brasileira e seus intelectuais, cuja tarefa, de acordo com Mendes, seria a procura da “autenticidade” (ORTZ, 2001). Essas reflexões estão bastante próximas às indagações de Frans Fanon, que assevera ser a libertação nacional o único mecanismo capaz de criar as condições para a realização de uma cultura “autentica” e nacional (FANON, 1970). Para Fanon a cultura metropolitana submete e coisifica a cultura nacional periférica. Exatamente nesse aspecto consiste o *colonialismo cultural* (FANON, 1970). Toda essa operação

conceitual e discursiva estava marcada por uma necessidade premente de construir uma *identidade nacional* que se oponha ao pólo reputado como pólo central da dominação.

O sistema de dominação que instaura a *situação colonial* (FANON, 1970) não passa por conflitos internos a sociedade nacional, como a luta de classes, mas antes por uma dominação que vem de fora, nos termos de uma dominação econômico-cultural da classe dominante metropolitana (ORTIZ, 2001). É patente, pois, que o registro da ausência de uma nacionalidade, de uma “autenticidade”, produziu a necessidade premente de algo capaz de definir a *nação*. Diante dos processos de descolonização e das lutas pela independência das colônias asiáticas e africanas, os intelectuais isebianos situaram o Brasil também num quadro de necessária descolonização e independência, mas não de uma metrópole específica (Inglaterra, França ou Portugal), mas dos sistemas de símbolos, valores, produtos e imagens das *indústrias culturais* dos centros metropolitanos em geral.

As ações culturais e as práticas artísticas dos grupos que deram vida aos CPC|UNE, ao Teatro de Arena e ao Cinema Novo foram guiados, em grande parte, pelas formulações do ISEB. As noções de *nacionalismo cultural* e de *cultura popular* forjadas pelo CPC|UNE, por exemplo, são tributárias de categorias como *colonialismo cultural e dependência cultural*. Carlos Estevan, principal teórico do CPC|UNE, considera a *cultura popular* como um processo de política cultural coordenada e dirigida para o “povo” (ESTEVAN, 1994). Para Estevan a *cultura popular* concerne a uma forma específica de tomada de consciência, que para se realizar passa, com efeito, pelo êxito dessa política cultural.

Outro intelectual-artista do movimento, Ferreira Gullar, define *cultura popular* como uma tomada de consciência geral do povo brasileiro (GULLAR, 1994). Para esses autores, a *cultura popular* é, a rigor, uma espécie de esclarecimento estético-artístico do “povo”, um processo de sensibilização dirigido aos estratos populares urbanos e rurais mais pobres e carentes. *Cultura popular*, nesse registro, é toda e qualquer ação que faça parte de um projeto político-pedagógico. É um ponto de chegada, e não de partida. Não é, por assim dizer, um dado si, mas sim uma construção, que depende fundamentalmente de um projeto. Para alcançar os objetivos desse projeto, o movimento lançou mão de algumas linguagens artísticas, como o cinema e o teatro.

O CPC promoveu um deslocamento no conceito de *cultura popular*. O conceito está eminentemente ligado a uma ação programática. É cultura porque as ações são de caráter artístico (encenação de peças teatrais, exibição de filmes e produção de músicas), é popular

porque as ações são dirigidas às camadas mais populares, ou seja, os trabalhadores rurais e urbanos. *Cultura popular*, nesse sentido, não são os valores e as concepções de mundo dos segmentos subalternos, nem tampouco os bens artísticos engendrados pelos segmentos mais pobres, assim como não são as expressões estético-artísticas que compõem as *tradições populares*, mas antes um projeto político que passa pelas atividades culturais desenvolvidas pelo CPC.

O obstáculo à consciência transformadora, o popular empiricamente dado é substituído pelo popular construído pelo discurso. O instrumentalismo do CPC tende a anular qualquer função às representações que não seja a estritamente política. Isso obriga a rejeição do que é dado e a definição arbitrária de um popular reinventado (como em outras esferas se inventou o povo já pronto para assumir sua vocação revolucionária). Desse modo, transforma-se a função do adjetivo: de qualificação que indica o sujeito do discurso, o popular passa a qualificar o seu destinatário, o elemento a conscientizar (XAVIER, 2007, p. 188).

O projeto político-cultural do CPC|UNE encontrou na narrativa do *sertão* boa parte dos seus recursos de realização artística. Albuquerque Jr destaca que o *sertão* nordestino potencializou as ações culturais do CPC, que, por sua vez, promoveu uma espécie de filtro das expressões estético-artísticas sertanejas, como, por exemplo, as relações da literatura de cordel e o teatro popular de rua desenvolvido pelo CPC. A literatura de cordel e algumas zonas do *sertão* nordestino assumiram grande predileção dentro das ações dos centros. A primeira como linguagem artística capaz de ser utilizada a partir do desenvolvimento de conteúdos com maior êxito político; a segunda como espaço de atuação *in loco*, ou seja, como um dos espaços de peregrinação das caravanas de cultura do CPC|UNE.

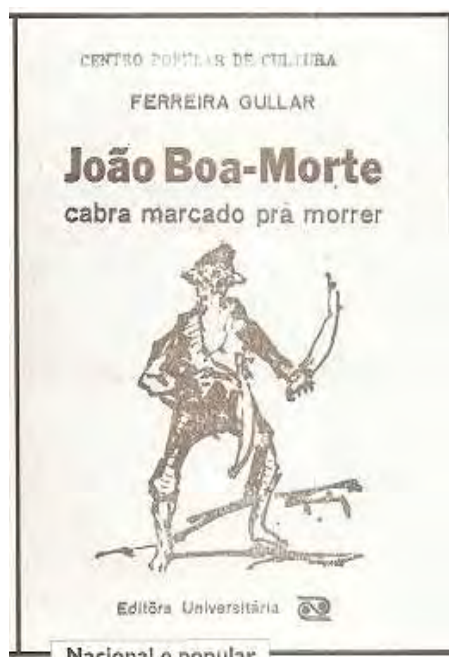
Em entrevista concedida a Jalusa Barcello, o ex-deputado Aldo Arantes menciona que em uma das suas passagens pelo Nordeste, a caravana testemunhou uma manifestação popular em repúdio a morte do líder das ligas camponesas, João Pedro Teixeira. João Pedro havia sido assassinado dias antes, em abril de 1962, nas imediações de João Pessoa. Quando da manifestação, o cineasta Eduardo Coutinho, que integrava as caravanas do CPC, encontrava-se com seu equipamento de filmagem, realizou ali mesmo as primeiras cenas do longa-metragem *Cabra marcado para morrer*⁷⁷. É bastante significativo que as caravanas do CPC tenha testemunhado esse episódio tão importante para as lutas políticas no *sertão*

⁷⁷ *Cabra marcado para morrer* (Brasil, 1984). Direção de Eduardo Coutinho, 120 min., Globo Vídeo. Narração de Ferreira Gullar. Elenco: Elizabeth Teixeira e família, João Virgínio da Silva, e os habitantes de Galiléia (Pernambuco).

nordestino, que corroboraram sobremaneira para a criação artística do período. Comentando sobre o seu ingresso no CPC e suas atividades artísticas no mesmo, Ferreira Goulart menciona:

O vianinha pediu, então, que eu fizesse um poema, no estilo de cantador de feira, que iria servir como uma espécie de roteiro, de espinha dorsal da peça. Esse poema é que se tornou mais tarde João da boa morte, cabra marcado para morrer. A peça não foi escrita, mas o poema. Bom, a partir daí, começamos a trabalhar juntos. Melhor dizendo: eu comecei a trabalhar no CPC (GULLAR, Apud BARCELLOS, 1994, p.210).

Figura 09. Cartaz da peça teatral *João Boa-Morte*



Fonte: Biblioteca da Universidade de Brasília (UnB)

O poema a que se refere Gullar ganhou grande reverberação nos anos sessenta, foi incorporado em filmes, peças teatrais e canções de protesto. Como se pode notar, o ingresso de Gullar no CPC se deu a partir de suas atividades de poetas e escritor, mas também de suas afinidades e predileções pelas expressões artísticas sertanejas. A partir do perfil de intelectuais-artistas como Gullar, as relações entre o teatro e a narrativa de significado do *sertão* ganharam maior densidade dentro da política cultural do CPC. O diálogo estético-político estabelecido entre a literatura de cordel e o teatro de rua desenvolvido pelo CPC foi uma das principais ações da sua política cultural.

A predileção pelo cordel e, por conseguinte, pelo *sertão* nordestino como um dos núcleos de significados mais utilizados pelo CPC decorre da sua concepção de *cultura*

popular e das relações que essa deveria estabelecer com as linguagens consideradas eruditas. Também em entrevista concedida a Barcellos, Nelson Werneck Sodré sustenta que o CPC resgatou o tema da *cultura popular* no sentido de promover uma fusão entre algumas criações mais populares e elaborações mais desenvolvidas, cujo resultado, entre outros, foi aproximar o intelectual mais sofisticado do intelectual popular (SODRÉ, 1994). Gullar, por seu turno, comenta que as produções teatrais desenvolvidas pelo Teatro de Arena, embrião do CPC, embora estivesse dedicado a uma temática popular, não conseguiu levar o “povo” para o teatro. Essa teria sido uma das razões que levaram vianinha⁷⁸ e outros a instaurar uma profunda discussão dentro do Teatro de Arena no sentido de mudar o rumo da sua concepção político-cultural. Essa proposta de mudança desembocou na criação do CPC (GULLAR, 1994).

Perguntado por Barcellos⁷⁹ se o CPC de fato havia atingido as camadas populares, Carlos Estevam Martins afirma que sim. O autor destaca que o grande legado artístico do movimento foi o chamado teatro camponês, criado a partir das propostas de adaptação e deslocamento do teatro para a rua. O núcleo dessa proposta consistia em deslocar os artistas para os locais onde as peças e espetáculos seriam realizados, os mesmos ficariam nesses locais, descobrindo as personagens mais comuns e importantes da comunidade, seus principais problemas e características. “Era um negócio fantástico, notável, porque eles conseguiram misturar o texto com as figuras do local. Era lindo ver um espetáculo em que a comunidade se via refletida” (MARTINS, apud BARCELOS, 1994, p.19). Na mesma entrevista concedida a Barcellos, Martins assim se posiciona sobre a sua assertiva, e também do CPC, de que cultura para o povo é *cultura popular*:

O problema era no âmbito da expressão e da comunicação. Eu achava que a gente tinha que se comunicar e não se expressar. Isso foi uma fonte de atrito que perdura até hoje. Os caras não me perdoam até hoje por causa disso. O Cacá, Jabor, eles não me perdoam, porque acham que eu fui um cara que mascarou a vocação artística deles. É verdade que eu botei a arte a serviço de outras coisas. Mas a proposta não era essa? Se eles estavam ali, estavam ali para isso. Eles ficavam divididos: queriam participar daquilo e, ao mesmo tempo, ser grandes artistas (MARTINS, 1994, apud Barcelos, p.74).

⁷⁸ Oduvaldo Viana Filho, um dos artistas e intelectuais mais importantes do Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes (UNE).

⁷⁹ Jalusa Barcelos, *CPC da UNE: uma história de consciência e paixão*. 1ª edição, Nova Fronteira, São Paulo, 1994, p.72.

Os usos e contra-usos da arte, em particular de expressões como a literatura de cordel, fazem parte das guerras culturais dos anos sessenta e dos objetivos da política cultural do CPC, na qual o ponto de chegada seria a realização da *descolonização da consciência e da cultural nacional*, e passava, necessariamente, pelo enfrentamento do *imperialismo cultural*. Esses interesses, no entanto, tiveram implicações, na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 1997), para a formação do significado do *sertão* e, sobretudo, para as predileções que esse passa a assumir como unidade de significado arregimentado para produzir as mais contundentes críticas político-culturais, como, por exemplo, o manifesto *Estática da fome*, do cineasta Glauber Rocha. A cristalização dessa predileção, realizada a partir do apreço conferido a expressões como a literatura de cordel, recrudescer o processo de formação do significado de *sertão* como um *monopólio de sentido*⁸⁰.

O cordel fornece uma estrutura narrativa, uma linguagem e um código de valores que são incorporados, em vários momentos, na produção artística e cultural nordestina. Como a produção do cordel se exerce pela prática da variação e reatualização dos mesmos enunciados, imagens e temas, formas coletivas enraizadas numa prática produtiva e material coletiva, este se assemelha a um grande texto ou vasto intertexto, em que os modelos narrativos se reiteram e se imbricam e séries enunciativas remetem umas às outras. É, pois, este discurso do cordel um difusor e cristizador de dadas imagens, enunciados e temas que compõem a idéias de Nordeste, residindo talvez nessa produção discursiva uma das causas da resistência e perenidade de dadas formulações acerca desse espaço. Essa produção popular funciona como um repositório de imagens, enunciados e formas de expressão que serão agenciados por outras produções culturais “eruditas” como a literatura, o teatro, o cinema, etc. (...) Aos poucos o sertão deixa de ser aquele espaço abstrato que se definia a partir da “fronteira da civilização”, como todo espaço interior do país, para ser apropriado pelo Nordeste. Só o Nordeste passa a ter sertão e este passa a ser o coração do Nordeste, terra da seca, do cangaço, do coronel, do profeta e do cordel (ALBUQUERGE Jr, 1999, p.117).

É mister sustentar que as posturas e ações políticas dos principais grupos de intelectuais-artistas dos anos cinquenta e sessenta, como o movimento folclórico, o ISEB e o CPC, se realizaram mediante a intensificação do processo de *industrialização do simbólico* e, por conseguinte, da expansão dos mercados culturais urbanos. Esses fenômenos pressionaram, de todos os lados, esses grupos no sentido de produzir, como se viu, novas formulações teórico-discursivas sobre as categorias de *cultura popular e identidade nacional*. Diante dessas pressões, alguns grupos assumiram uma postura

⁸⁰ Elder Alves, *A configuração moderna do sertão*. Dissertação de mestrado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPG-SOL), da Universidade de Brasília (UnB).

bastante idealista e encantada diante da categoria de *cultura popular*, como foi o caso do movimento folclórico; outros realizaram um trabalho assaz contundente de crítica filosófica, como foi o caso do ISEB, que, por seu turno, corroborou para engendrar uma política cultural baseada na incorporação e filtragem de certos aspectos expressivos da *cultura popular* (sobretudo a literatura de cordel), como foi o caso do CPC|UNE.

Como de pode depreender, o mercado, ao contrário do que sugere Ortiz, não produziu nenhuma despolitização. Ortiz destaca que, entre outros aspectos, um dos entendimentos da categoria de *cultura popular* seria aquele baseado na popularização maciça dos bens e serviços culturais. Esse entendimento, segundo o autor, passou a predominar nos anos setenta, período em que se engendrou o que o autor chama de *cultura popular de massa* (ORTIZ, 2003) Penso que seria mais sugestivo apontar que a intensificação do processo de *industrialização do simbólico* e a correspondente expansão dos mercados culturais urbanos entre os anos cinquenta e setenta produziu, no seu próprio bojo, uma intensa politização dos grupos culturais que, cada um a seu modo, assumiu posturas bastante definidas sobre o significado da *cultura popular e da identidade nacional*. É precisamente diante desses fenômenos, de industrialização e de consumo do simbólico, que as atividades políticas e culturais assumiram uma profunda imbricação, sobretudo após 1964.

É possível sugerir, nesse sentido, que a própria formação do *nacional-popular* é, em certa medida, resultado das políticas culturais e das críticas filosóficas realizadas por grupos de intelectuais-artistas diante das ameaças cristalizadas em conceitos como *imperialismo cultural, colonialismo cultural e dependência cultural*. Com efeito, diante das ações políticas e propostas culturais dos grupos e gerações de intelectuais-artistas analisados (o movimento folclorista, o ISEB e o CPC|UNE), durante os anos cinquenta e sessenta, forjou-se uma luta político-cultural marcada pela defesa da *cultura popular* e da *identidade nacional*. É sugestivo sustentar que foram esses grupos os principais agentes de construção social do estatuto da “pureza” e da “autenticidade”, cuja atualização, como se verá mais à frente, vem se realizando mediante os trânsitos discursivos transnacionais. Esse estatuto é uma espécie de lugar discursivo, de formação de lugares de fala que envolve diretamente a maneira como se passa a falar da *identidade nacional e da cultura popular*. Segundo Ortiz, todas as ações e propostas do período acabam se coadunando em uma direção.

Com a emergência da problemática do imperialismo cultural, tem-se a questão dos fatos folclóricos como “falsidade” se transmuta em estado de “veracidade” nacional. O pensamento desloca-se do núcleo da falsa cultura para centraliza-se sobre um novo pólo: o da independência nacional; delimita-se assim uma esfera da “autenticidade” que naturalmente se manifesta na memória regional. O *rock* simbolizaria assim uma etapa do processo de alienação cultural, enquanto a música folclórica reafirmaria a identidade perdida no ser do outro. Paradoxalmente, a ideologia do CPC vai reencontrar a problemática anteriormente colocada pelos folcloristas. Uma vez que a noção de alienação se confunde com a de inautenticidade, pode-se estabelecer uma aproximação entre concepções que a *priori* se apresentavam como frontalmente antagônicas (ORTIZ, 2003, p.76).

Essas aproximações teórico-discursivas nos levam diretamente à narrativa do *sertão*. A formação de sua unidade de significado esteve e está inteiramente ligada ao fato de ter sido narrado, encenado, cantado, filmado e, portanto, consumido segundo o signo da pureza e da “autenticidade”. O trecho acima de Ortiz é esclarecedor. Assim como o conceito de *cultura popular e identidade nacional* ganharam tintas e contornos distintos entre os grupos de intelectuais-artistas analisados, com a categoria *sertão* não foi diferente. Tanto no realismo crítico do regionalismo de 30 (CÂNDIDO, 1970), que teve em alguns aspectos da obra de Silvio Romeo e sua geração, a geração de 1870 (ALONSO, 2001), seus primeiros passos, quanto no romantismo encantado e idealista de autores como Câmara Cascudo (ALBUQUERQUE, 1999), principal pesquisador do movimento folclórico, assim como nas políticas culturais de formação do *ser nacional* (ORTIZ, 2001) realizadas pelo CPC\UNE, o *sertão* aparece como um representante dileto de construção do estatuto social da “pureza” e da “autenticidade”.

Esse estatuto, na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 1997), foi consolidado e atualizado diante das transformações econômicas e culturais dos anos setenta, mas sobretudo a partir da consolidação do processo de globalização nos anos noventa do século passado. Enquanto um dos eixos centrais de constituição desse estatuto, a narrativa de significado do *sertão* forjou para si uma tradição discursiva, uma espécie de filtro regional erguido por grupos culturais e organizações artísticas que disputam a definição mais legítima e, por conseguinte, mais tradicional do significado de *sertão*. Essa definição é aquela que transita entre uma formulação que vê o *sertão* a partir do realismo crítico (forjado pela narrativa literária e cinematográfica), uma outra formulação que concebe o *sertão* a partir do registro da necessidade peremptória de conscientização político-cultural de defesa do *nacional-popular* (forjada pelo ISEB e pelo CPC\UNE) e, por fim, a formulação

que concebe e experimenta o *sertão* a partir do idealismo e do encantamento romântico (forjado pelo movimento folclórico). Essas concepções são hoje manejadas e remanejadas pelos técnicos, gestores, consultores e políticos responsáveis pela formulação e execução das políticas culturais públicas e privadas para a *cultura popular* sertanejo-nordestina.

1.3.3 O Cinema Novo

Embora não constitua uma unidade, as propostas estéticas e políticas desenvolvidas pelo Cinema Novo corroboraram para cristalizar o estatuto social da “pureza” e da “autenticidade”. Assim como os demais movimentos trabalhados, a concepção de *cultura popular* forjada pelos cineastas que deram vida ao Cinema Novo esteve ancorada à necessidade de estabelecer um diálogo interessado com o *popular*. Esse interesse se ergueu, assim como no CPC\UNE, a partir do imperativo de *descolonização da consciência e da cultura nacional* e, por conseguinte, da realização do *ser nacional*. No entanto, há distinções entre as ações culturais realizadas pelo CPC e o Cinema Novo. Essas distinções são de duas ordens. A primeira diz respeito, como a fala de Martins antes transcrita pode demonstrar, às ambições de realização estético-artísticas dos jovens cineastas do Cinema Novo; a segunda, diretamente ligada à primeira, concerne ao diálogo estabelecido entre esses intelectuais-artistas e a *cultura popular*.

Os usos que o CPC realizou da categoria de *cultura popular*, em particular da literatura de cordel, desagradavam autores como Arnaldo Jabor, Carlos Diegues e Glauber Rocha. Segundo esses cineastas, a incorporação da linguagem do cordel e seu formato expressivo eram feitos segundo mediações que produziam simplificações (ALBUQUERQUE, 1999). Ao incorporar as narrativas cordelistas nas peças teatrais, encenadas nos próprios contextos das comunidades, os autores do CPC produziram uma adaptação ao contexto local e a outras linguagens artísticas e|ou escolas que comprometia a complexidade da *cultura popular* (ALBIQUERQUE, 1999). Esse aspecto, no entanto, segundo Ismail Xavier, não significa que o Cinema Novo não tivesse assumido seu caráter ideológico frente à *cultura popular*, forjado a partir do imperativo de participação no processo político-social, cujo objetivo seria a construção de uma cultura *nacional-popular* (XAVIER, 2007). Em outros termos, as críticas do Cinema Novo ao CPC não elidem as suas próprias formas de uso da

cultura popular, em particular, da narrativa do *sertão*. Esses usos, não obstante, foram mais sutis e complexos.

Para o CPC as criações artísticas da *cultura popular*, como a literatura de cordel, deveriam passar por um processo de depuração, isto é, de incorporação de conteúdos de ordem política. Essa depuração produziu uma espécie de filtro que traduzia e retraduzia as criações populares através das lentes de uma filosofia política, pautada, entre outros aspectos, em categorias como *luta de classes e alienação*. Por outro lado, pra o Cinema Novo a *cultura popular*, em particular a literatura de cordel, por si só já se tratava de uma criação com forte conteúdo político. Por isso, como destaca Albuquerque, o tema do cangaço, muito recorrente na literatura de cordel, foi largamente utilizado pelo Cinema Novo, que recrudescer a narrativa mítica do *sertão* como espaço por excelência da revolta e do enfrentamento.

Não obstante, não é o próprio *popular*, nesse caso a literatura de cordel, que aparece diretamente nos filmes, tal qual como se realiza nas feiras populares e no cotidiano do *sertão*, mas antes uma elaboração erudita que toma o fato folclórico como fonte inspiradora, como modelo formal. A composição de Sérgio Ricardo e Glauber Rocha, por exemplo, que estrutura a narrativa de *Deus e o diabo na terra do sol*, é um cordel sim, mas feito a partir de uma voz erudita que encena o popular, mantendo a forma do cordel para passar a complexidade do seu recado político (XAVIER, 2007).

Longe de ser uma instância de simplificação, a presença do cantador complica o discurso. A idéia de que ela, por si só, seria capaz de garantir a comunicação ou facilitar a comunicação com as grandes massas é altamente questionável. *Deus e o diabo* não é um filme simples, nem sua fatura pode ser assumida como adequação a parâmetros populares, forma de devolução direta de um discurso do povo ao próprio povo. Diante de nós, temos um filme opaco, que dá trabalho ao expectador. Heterogêneo no som, lugar de muitas vozes, e na imagem, lugar de muitos estilos de decupagem. A recusa incisiva das convenções do filme diegético clássico traz um novo tipo de interação entre o trabalho da narração e o mundo da lenda (XAVIER, 2007, p.191).

A complexidade da qual nos fala Xavier não está circunscrita apenas a filmes como *Deus e o diabo na terra do sol*, mas também a todo diálogo realizado entre o Cinema Novo e a *cultura popular*, que respinga, com efeito, na narrativa de significado do *sertão*. Segundo Xavier, há um impasse patente envolvendo esse diálogo que só atesta a complexidade do Cinema Novo. A definição de *cultura popular* acalentada pelo Cinema

Novo refere-se àquela que vê no popular o valor primeiro e último da *nação*, ou seja, a *cultura popular* enquanto instância capaz de realizar o *ser nacional* (FANON, 1970). Portanto, uma definição tributária das formulações do ISEB. Por outro lado, na mesma definição de *cultura popular* levada a termo pelo Cinema Novo aparece uma instância de auto-negação do *popular*, seu não-valor, qual seja, a alienação do popular diante da dominação de classe, em face de sua subserviência às classes dominantes nacionais. Segundo Xavier, essa ambivalência se traduz em dois esquemas concorrentes. Um maniqueísta, que vê a *cultura popular* a partir da oposição nacional *versus* estrangeiro; o outro imobilizador, que vê a *cultura popular*, a “cultura do povo”, a partir de sua incapacidade de promover um enfrentamento interno entre as classes brasileiras e seus interesses concorrentes e, portanto, romper com as formas de dominação internas. Havia, assim, um duplo movimento de valorização e desvalorização da *cultura popular* (XAVIER, 2007).

Deus e o diabo não formula, porém faz explodir essa questão. Na narrativa de identificação, de reconciliação radical, faz da separação entre sua origem urbano-industrial e o universo sertanejo um de seus temas, na medida em que exhibe, em sua própria estrutura, as contradições do empreendimento (...) A visão dualista do Brasil – que opõe o país moderno ao arcaico – mostra aqui sua vigência: a cultura autêntica da nação está fora da esfera urbano-industrial (...) No filme de Glauber, o dialógico assume sentido pleno, pois na sua textura, sintomaticamente qualificada de barroca, não traz apenas a diversidade de vozes que sublinha um espaço de ambigüidades: o debate é circunscrito em torno de uma questão determinada, de tal modo que uma das instâncias nega justamente o que a outra afirma (XAVIER, 2007, p.188).

Esse último aspecto do não-valor leva autores como Glauber Rocha, por exemplo, a eleger o *sertão* como um espaço latente da revolta e do enfrentamento. O *sertão* nordestino, com todo seu sistema de assimetrias e dominação, expressaria o inconsciente da revolta e da revolução. Por isso, em filmes como *Deus e o diabo na terra do sol* as contradições são explicitadas, narradas e potencializadas a partir da linguagem do próprio *popular*: o cordel. O raciocínio é o seguinte: a revolta e, por conseguinte as revoluções sociais mais abrangentes estão candentes, vivas, porém adormecidas nas camadas do inconsciente coletivo. Para isso serve o projeto político-pedagógico desenvolvido pelo Cinema Novo, ou seja, despertar, mediante a produção cinematográfica, a consciência adormecida da revolta. Por isso, o cangaço, como se viu antes, é o fenômeno social mais decisivo para autores como Glauber Rocha. Com efeito, o não-valor poderia tal qual o

valor atribuído às *criações populares*, ser convertido em um grande valor, mobilizador e conscientizador.

Albuquerque localiza⁸¹ essa mesma ambivalência detectada por Xavier. Segundo o autor, o mergulho nas raízes consideradas mais primitivas do inconsciente nacional, buscadas nas *tradições* sertanejo-nordestinas, tanto no sentido da valorização da “autenticidade”, quanto no sentido de despertar as energias adormecidas do conflito, atesta uma retomada da questão modernista de nossa *identidade nacional e cultural*.

O cineasta Glauber Rocha expressaria muito bem essas ambivalências e filiações. A valorização e desvalorização do popular no mesmo movimento, destaca o autor, pode ser encontrado, por exemplo, no filme *Deus e o diabo na terra do sol*: “a exploração da beleza dos estandartes, das bandeiras, do próprio cenário de Monte Santo mostra, mais uma vez, o dilaceramento de um intelectual que admira a cultura popular, mas abomina sua lógica, visto que é fascinado por suas imagens, por suas forma, embora queira negar seu conteúdo” (ALBUQUERQUE, 1999, pg 282).

Essa tensão é experimentada na obra de Glauber Rocha até as últimas conseqüências, mas é possível estendê-la a toda a sua geração e a estruturação dos *revolucionários românticos* de um modo geral. Em um trabalho acerca da composição do pensamento de Glauber Rocha, Gilberto Felisberto Vasconcelos⁸² suscita uma indagação assaz importante. Segundo o autor, embora não se possa garantir que Glauber tenha lido os trabalhos de autores proeminentes do movimento folclórico como Câmara Cascudo e Édison Carneiro, certamente o cineasta baiano travou contato com as pesquisas acerca do folclore sertanejo-nordestino e das suas memórias orais. Vasconcelos sustenta que Glauber converte o cinema na práxis estética do folclore, liberando e transpondo as energias artísticas contidas na pesquisa folclórica para a criação artística cinematográfica. Para Vasconcelos o pensamento de Glauber está impregnado da pesquisa folclórica, revelada através dos materiais que se encontra na obra de Câmara Cascudo. Destaca Vasconcelos: “quando digo que Glauber é um cineasta folclórico, tomo es palavra na acepção dada por Luís da Câmara Cascudo, ou seja, é o “cinema que traz a contemporaneidade do milênio, valendo, pois, a autodefinição do compositor Heitor Villa-Lobos: “O folclore c’est moi”. (VASCONCELOS, 2001, pg.31)

⁸¹ Durval Muniz de Albuquerque Jr, *A invenção do Nordeste e outras artes*. 1º edição, editora Cortez, São Paulo, 1999.

⁸² Gilberto Filisberto Vasconcelos, *Glauber pátria Rocha livre*. 1º edição, SENAC, São Paulo, 2001, p.59.

Vasconcelos aposta nessa chave para traçar a hipótese de um cinema que incorpora o folclore segundo o registro positivo atribuído aos principais artífices do movimento folclórico. Para o autor, repousa aí a grande contribuição de Glauber. Trazer para a tela, de maneira crítica e fragmentada, o ciclo oral dos vaqueiros e cantadores sertanejos, combinado com as narrativas sócio-místicas que ligam, no mesmo espaço temporal da fita, Lampião, Antonio Conselheiro, Padre Cícero, o vaqueiro anônimo, o cantador, o matador de cangaceiro, São Jorge e a Coluna Prestes, ou seja, o ciclo místico dos episódios bélicos mais violentos do *sertão* nordestino.

Assim como Sylvia Nemer, Vasconcelos destaca que filmes como *Deus e o diabo na terra do sol* e *O dragão da maldade contra o santo guerreiro* formam um *cinema-cordel* (VASCONCELOS, 2001). A interpenetração entre som e imagem mediada pelas tradições orais do *sertão* nordestino revela a atuação de um cineasta marcado pela pesquisa do movimento folclórico. A hipótese de Vasconcelos, secundada pelas análises de Nemer apresentadas antes, pode ser pensada como o legado da *estrutura de sentimentos* (WILLIAMS, 1998) conformada pela atuação do movimento folclórico, mas também pela atuação política dos intelectuais do ISEB, dos artistas do CPC e dos cineastas do Cinema Novo.

Com efeito, é possível sugerir que Glauber Rocha é, em certa medida, um continuador desse diálogo, um atualizador das tensões experimentadas pela geração do movimento folclórico e dos grupos de artistas-intelectuais de esquerda, dos quais ele mesmo fez parte. A hipótese aventada por Vasconcelos pode ser desdobrada para pensar o cineasta baiano como um intelectual folclorista imagético. Não significa, contudo, que os objetivos do movimento folclórico tenham sido incorporados por Glauber Rocha. No entanto, os efeitos práticos acabaram se cruzando e corroborando, como a citação de Ortiz transcrita antes permite inferir, para a formação do estatuto social da “pureza” e da “autenticidade” que passou a envolver a *cultura popular*, em particular o *sertão* nordestino.

O Nordeste [sertão], dos discursos dos intelectuais de esquerda, termina por estar preso à mesma trama imagética e enunciativa da versão conservadora, saudosa e romântica que o constitui; termina por atualizar imagens e enunciados há muito tempo usados pelas oligarquias locais no seu discurso da seca, para conseguir a piedade nacional. A máquina imagética e discursiva que é o Nordeste [sertão] termina por tornar este espaço como o lugar da construção da autenticidade cultural da nação; o lugar da preservação das tradições; o lugar da luta contra a constituição de um espaço burguês no país; o lugar da luta contra a modernidade (ALBUQUERQUE, 1999, p.291).

Em um trabalho recente⁸³, Marcelo Ridenti sintetizou sua hipótese de que a atividade cultural e política realizada no Brasil entre as décadas de sessenta e setenta por parte de diferentes matrizes de intelectuais-artistas foi caracterizada por um *ethos romântico-revolucionário*. No trabalho, o autor retoma e justifica a utilização do conceito de *estrutura de sentimento* de Williams para destacar o caráter de *experiência vivida* presente na formulação do conceito, assim como para enfatizar o processo de longa duração da *estrutura de sentimento da brasilidade romântico-revolucionária* (RIDENTI, 2006). Para o autor, a *estrutura de sentimentos* de um determinado período impacta sobremaneira numa outra estrutura, sem se confundir com a anterior, daí a importância distintiva do conceito complementar de *experiência vivida*. Para Ridenti, a *estrutura de sentimento da brasilidade romântico-revolucionária* não se estruturou tão-somente a partir dos anos sessenta, no combate a ditadura, mas lá atrás, no interregno democrático de 1946 a 1964, espraiando-se até o final dos anos setenta, quando então um conjunto de mudanças político-culturais alteraram seu significado e deslocaram sua legitimidade (RIDENTE, 2006).

Com efeito, vale destacar que a geração que deu vida ao movimento folclórico também fez parte do processo social que conformou a estrutura de *sentimento da brasilidade romântico-revolucionária*. Embora a *experiência vivida* daqueles tenha sido diferente, pois a maioria dos intelectuais folcloristas não teve participação em organizações político-partidárias de esquerda (notadamente o PCB), ou de extrema esquerda após o golpe militar de 1964 e da decretação do Ato Institucional nº 5, é possível perceber que o fascínio pela *cultura popular*, a defesa apaixonada e missionária da *cultura popular* e do *folclore nacional* (VILHENA, 1997) foi também uma postura cara aos grupos de intelectuais e artistas que deram vida ao *ethos romântico-revolucionário* da década de sessenta. As assertivas de Vasconcelos permitem sugerir que foram significativos os rebatimentos da pesquisa e da rede de proteção montada pelos intelectuais folcloristas sobre a geração do folclorista da imagem, Glauber Rocha foram.

É nesse sentido que Glauber Rocha pode ser tomado como um personagem-emblema da *estrutura de sentimentos da brasilidade romântico-revolucionária* (RIDENTI, 2006), sobretudo no que diz respeito a narrativa de significado de *sertão* e a construção do

⁸³ *Artistas e política no Brasil pós-1960: itinerários da brasilidade*, in: *Intelectuais e estado*. RIDENTI, Marcelo; BASTOS, Elide; ROLLAND, Denis (Org), São Pulo, Edusp, 2006.

estatuto social da “pureza e da “autenticidade” ligado a sua narrativa de significado. Glauber Rocha sintetiza, *na sua estrutura social da personalidade* (ELIAS, 1997), as duas dimensões pelas quais sua geração lê a *cultura popular* e, por conseguinte, o *sertão* nordestino; qual seja, o registro da positividade da valorização das expressões e formas estético-artísticas, como a literatura de cordel; e o registro da negatividade, isto é, a possibilidade latente de converter a dominação sofrida pelo popular (as classes populares) em revolta coletiva. Ocorre, no entanto, que essas duas dimensões se interpenetraram e assumiram características bastantes semelhantes, como destacaram Xavier e Albuquerque.

Essas duas dimensões envolvem diretamente o *sertão* nordestino a partir de dois registros mobilizados atrás: o encantamento idealizador e o realismo crítico. O primeiro, como se viu, foi forjado pelo movimento folclórico, mas foi produzido também, como destacou Ortiz, pelos intelectuais isebianos e os artistas do CPC\UNE; já o segundo, foi produzido por alguns aspectos da obra de Sílvio Romero e sua geração, mas também o regionalismo literário dos anos trinta e o próprio Cinema Novo. Esses dois registros também se interpenetraram e assumiram aspectos complementares na conformação das duas dimensões positiva e negativa. Glauber Rocha, ao se debruçar sobre o *sertão* e, portanto, sobre suas próprias memórias orais e lúdicas, acolheu e ressignificou esses dois registros de interpretação da narrativa de significado do *sertão*: o encantamento idealizador e o realismo crítico.

Em torno desses dois registros, a partir dos anos setenta, ergueu-se uma espécie de filtro de interpretação artístico-intelectual do *sertão*. Essa discussão será retomada no terceiro capítulo, importa assinalar, nesse momento, que é a partir desse filtro que os gestores, pesquisadores, técnicos, consultores, gerentes e políticos lançam mão para formular parte das justificativas de implementação das políticas culturais públicas contemporâneas para o *sertão* nordestino. A outra parte dessas justificativas serão colhidas e problematizadas a partir dos processos apresentados e analisados a seguir.

Capítulo II O advento de uma nova formação discursiva: *o repertório discursivo UNESCO*.

2.1 A produção simbólica contemporânea e as novas relações entre as categorias de cultura e desenvolvimento.

Em um contexto de economia global intensiva em conhecimento, um setor manufatureiro florescente e outros resultados da industrialização no sentido antigo tornam-se quase sem sentido como indicador de progresso econômico

(ONU|UNESCO)

*O objetivo último da política cultural seria ajudar
As pessoas a atingir seu potencial total –
Diversidade, identidade, democracia, seriam
Modos para prover às pessoas a possibilidade
De contribuir não apenas para seu próprio
Bem-estar, mas para a riqueza cultural e
Material do mundo.*

(Council of Europe)

Este capítulo tem como objetivo evidenciar a dilatação de significado ocorrido em torno dos conceitos de *cultura e desenvolvimento* nas últimas décadas. A dilatação desses conceitos e sua respectiva interpenetração criaram as condições discursivas para a formação de novas *categorias nativas*, responsáveis, entre outros aspectos, pela justificação, formulação e execução de políticas públicas e privadas, como as categorias de *economia criativa e indústrias da criatividade*. Por sua vez, a referida dilatação foi realizada no âmbito de intensa expansão do processo de *industrialização do simbólico* e do crescimento da importância econômica dos serviços e bens culturais a partir dos anos setenta. Com efeito, a presença cada vez maior da produção simbólica no âmbito das economias contemporâneas de serviços alterou substancialmente as estratégias de *marketing* das empresas e organizações públicas e privadas, pois essas passaram a perceber a relevância cada vez maior atribuída a aspectos como *identidade, criatividade e diversidade cultural* por parte de seus consumidores. Nesses termos, o capítulo abriga três seções complementares que, em seu conjunto, buscam evidenciar que a principal mudança no âmbito da produção simbólico-cultural contemporânea é de ordem discursiva.

Começou-se a incluir variáveis de aspectos socioculturais, como níveis de corrupção, níveis de violência, oferta de serviços de cultura, e começou-se a mostrar que essas variáveis interferem nos níveis de desenvolvimento econômico e na velocidade de crescimento dos países. Então, esses modelos começaram a vislumbrar essa possibilidade. Também começamos a perceber o seguinte: países com alta renda *per capita*, como Japão, Suécia e Estados Unidos, tem um baixo valor da razão trabalho/lazer, ou seja, essas populações começaram a dar mais valor para o lazer do que para o trabalho. Isso mostra que, por um lado, o aspecto cultural influencia o nível de desenvolvimento econômico, por outro, o nível de desenvolvimento econômico faz surgir demandas culturais, ou seja, a cultura começa a aflorar como fator importante nessas sociedades. Vemos, então, que o lazer começa a ter muito valor em relação ao trabalho e essa importância aumenta a demanda por serviços de cultura (SOLVATO, 2008, p.84).

O trecho acima é do economista e pesquisador da Fundação Getúlio Vargas (FGV) Márcio Antonio Solvato⁸⁴. O fragmento transcrito foi extraído de um trabalho publicado por Solvato por ocasião do 2º *Seminário sobre Diversidade Cultural*, organizado pelo Ministério da Cultura e o Observatório da Diversidade Cultural, realizado em 2008. O trabalho de Solvato traz as duas principais dimensões pelas quais o conceito de *cultura* penetrou a problemática do desenvolvimento nas últimas três décadas. Essas duas dimensões serão exploradas a partir de agora. Ambas são decisivas para balizar a discussão das próximas seções do capítulo. Como o trecho de Solvato permite antever, as duas dimensões estão inteiramente imbricadas.

O que a primeira dimensão destacada por Solvato sugere é que alguns aspectos classificados como eminentemente culturais (que até os anos oitenta eram vistos como entraves para o *desenvolvimento* econômico) passaram a receber grande importância nas pesquisas realizadas por organizações transnacionais, como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para Ciência, Educação e Cultura) e o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), e na orientação das decisões de organismos como a OMC (Organização Mundial do Comércio). A segunda dimensão, por seu turno, diz respeito ao crescimento vertiginoso da demanda mundial por bens e serviços culturais a partir dos anos setenta. O exercício será iniciado por essa última dimensão.

As transformações ocorridas no âmbito da temática do *desenvolvimento* levaram o tema da *cultura* ao centro de uma problemática que só pode ser capturada na longa duração sócio-histórica (ELIAS, 1993). Por isso, é necessário recuar alguns passos para encontrar o

⁸⁴ Marco Antônio Solvato, *Desenvolvimento humano e diversidade*, in: *Diversidade cultural: da promoção à proteção*. 1º edição, editora Autêntica, Belo Horizonte, 2008, p. 82.

momento preciso da mudança na rota do tratamento do tema do *desenvolvimento*. A maneira como se concebe hoje o tema do *desenvolvimento* – suas implicações, características e formulações – é inteiramente distinta daquela verificada há três décadas. Essa mudança é decisiva para se penetrar nos novos marcos de justificação e legitimação das políticas culturais públicas, objeto do próximo capítulo.

A partir dos anos setenta, Daniel Bell passou a cunhar de maneira sistemática o conceito de sociedade *pós-industrial*, que aparece com maior clareza e consistência no seu livro *The coming of post-industrial society* (1973). A idéia nuclear que aparece no livro diz respeito à redução da importância da produção industrial no conjunto das economias dos principais países industrializados. O setor de serviços, que correspondia ao chamado setor terciário, passou a apresentar um crescimento constante e superior aos demais setores das economias industriais avançadas (BELL, 1973). A transformação e crescimento do setor de serviços levaram muitos autores a sustentar que estaria ocorrendo uma revolução para uma sociedade dos serviços (KUMAR, 2006). A nova e variada estrutura de serviços estaria lastreada na importância cada vez maior conferida a informação, o que leva Bell a sustentar: “a sociedade pós-industrial é uma sociedade de informação, como a sociedade industrial é uma sociedade produtora de bens” (BELL, 1973, p.88).

A idéia de uma sociedade da informação, cuja infra-estrutura de produção de bens industriais sofreu uma sensível diminuição a partir dos anos sessenta, levou Bell a se debruçar sobre o potencial econômico de uma nova economia, a economia da informação. Segundo o autor, somando-se o setor primário de informação (segmentos industriais que produzem bens e serviços comercializáveis de informação, como os parques gráficos de editoras de jornais, livros, revistas, etc) ao setor secundário da informação (atividades ligadas aos serviços de *marketing* e publicidade das grandes corporações públicas e privadas) obtinha-se um percentual de 46% do Produto Interno Bruto (PIB) americano em 1967. Esse percentual corresponderia à cerca de 50% de todo os salários e vencimentos pagos no país naquele ano, isto é, cerca de metade da renda nacional (BELL, 1978).

As dimensões dessa economia da informação não se restringiram aos EUA, nem chamaram a atenção apenas de Daniel Bell. Muitos autores, como George Naisbitt, realizaram levantamentos sobre o perfil da economia da informação na Europa. Ainda no livro de Bell que trazia dados do final dos anos sessenta, é possível verificar que a estrutura ocupacional nos serviços de informação cresceu muito acima da média dos demais

serviços. Em trabalhos publicados no final da década de setenta, já com dados coletados no decurso daquela década, a categoria de ocupação dos trabalhadores dos serviços de informação abrangia 47% da força de trabalho civil, sendo que os trabalhadores industriais correspondiam cerca de 28%, os trabalhadores dos demais setores de serviços cerca de 22%, os trabalhadores do campo e das indústrias agrícolas aproximadamente 3% (BELL, 1973).

As transformações tecnológicas (sobretudo aquelas ligadas ao universo da informática e da robótica) que redundaram no aparecimento do paradigma administrativo da tecnologia da informação, que muitos autores classificam como a terceira revolução industrial (LITTLER, 1978), demandou, desde os anos cinquenta e sessenta, um aumento considerável dos profissionais de nível superior, o que resultou, por um lado, na expansão das instituições de educação superior (tanto de natureza pública quanto privada), por outro, na elevação do salário médio dos profissionais de nível superior. A maioria desses profissionais (como engenheiros, físicos, químicos, professores, pesquisadores e técnicos em geral) se inseriu nos ramos de pesquisa e automação desencadeados nos setores de planejamento de grandes companhias e corporações industriais que passavam a atuar em outras áreas, muitas delas ligadas aos serviços de saúde, lazer, alimentação, informação e cultura.

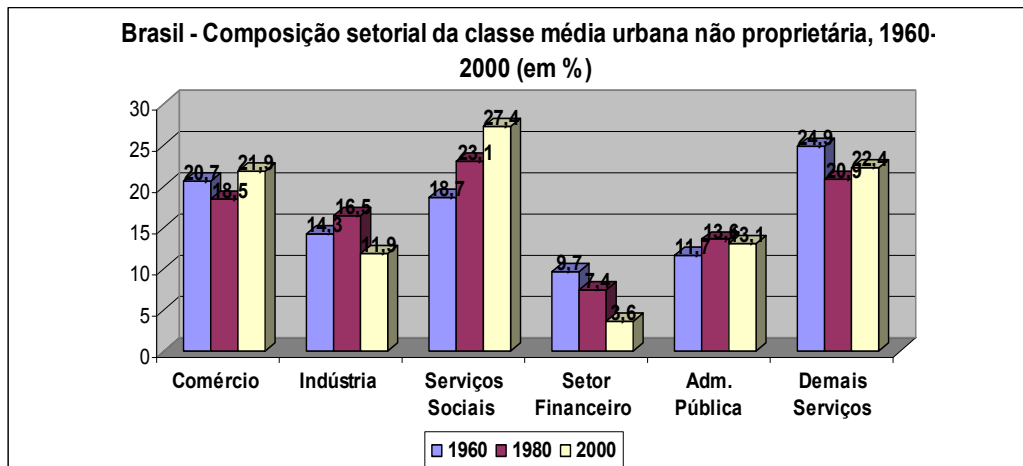
As análises de Bell são sugestivas a esse respeito. Segundo o autor, os profissionais de nível superior constituem o eixo ocupacional da economia da informação. Os chamados profissionais do bem-estar (serviços de educação, lazer, alimentação, educação e cultura), aliado aos profissionais da pesquisa científica e tecnológica (que constitui o núcleo de aprimoramento e disseminação da tecnologia da informação) têm uma importância econômica e política incontestável nas sociedades da informação. Esses profissionais constituiriam uma nova classe, uma classe de serviços que cresceu a taxas bastante elevadas. Segundo o autor, a grande maioria desses profissionais possuía nível superior, e esses, por sua vez, cresceram em todas as sociedades ocidentais desde o início do século. Por exemplo, nas primeiras décadas do século a porcentagem de profissionais de nível superior variava, nos EUA, de 5 a 10% do total da força de trabalho, no final dos anos setenta esse percentual passou a variar de 20 a 30% do total da força de trabalho (BELL, 1973).

Os dados de Bell são bastante elucidativos quando se volve o olhar para a experiência de crescimento e constituição da classe média brasileira. A partir da segunda metade do século o Brasil passou a contar com o alargamento, embora lento e, às vezes, excessivamente dependente do crescimento do Estado, dos setores profissionais que compõem as classes médias urbanas. O processo de industrialização e intensa urbanização foram os responsáveis diretos por tal crescimento. A importância destacada por Bell aos profissionais de nível superior (notadamente aquilo que o autor nomeia de profissionais do bem-estar social) na economia da informação, que passa a se esboçar a partir dos anos setenta, se conjuga ao crescimento da classe média brasileira e ao volume de profissionais (engenheiros, técnicos, cientistas, assistentes sociais, professores de terceiro grau, pesquisadores e profissionais liberais em geral) que passaram a compor as chamadas tecnocracias públicas e privadas (HARMET, 2002).

Segundo o senso demográfico do IBGE de 2000 e de acordo com os critérios desse instituto para classificar a clivagem de classes no Brasil, 49% dos chefes de família pertencentes à classe média brasileira possuem nível superior (com graduação e/ou pós-graduação), sendo que essa porcentagem corresponde a 25% da população brasileira. Isso significa, a julgar por dados do ano 2000 e pelos critérios do mencionado instituto⁸⁵, que 1/4 dos chefes de família no Brasil pertencem à classe média e que metades dos chefes de família da classe média brasileira possuem nível superior. Embora os dados se refiram ao ano 2000, portanto, refletem uma dinâmica verificada até o final da década de noventa do século passado, é possível afirmar que a classe média brasileira tem seu ciclo de crescimento desencadeado a partir dos anos sessenta, ou seja, simultâneo ao início do movimento de conformação das economias pós-industriais (BELL, 1973).

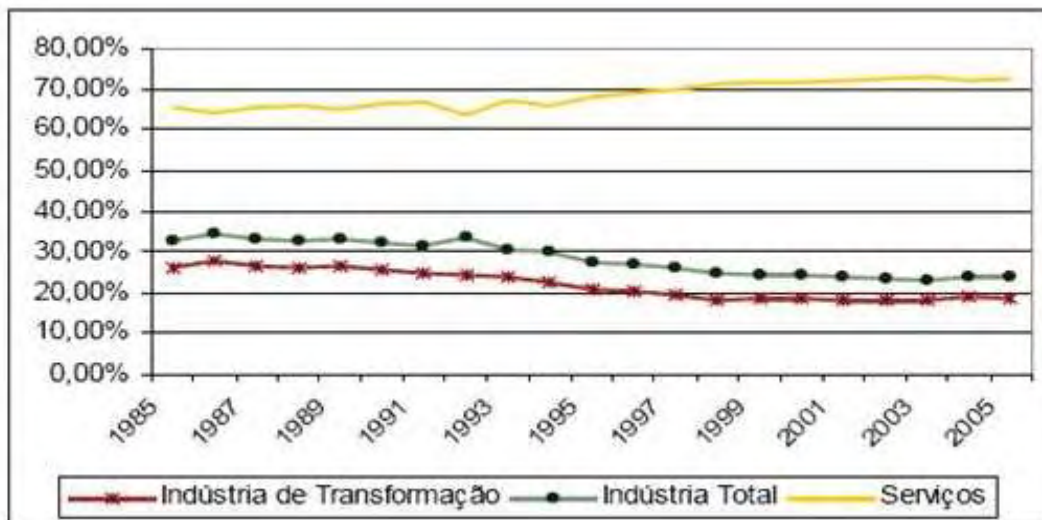
⁸⁵ O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) classifica a população por categorias de renda. Há cinco categorias de renda: A, B, C, D e E. As categorias de renda são estabelecidas de acordo com o número de salários mínimos recebidos pelas famílias, por exemplo, a categoria A é aquele que possui uma renda superior a dez salários mínimos, já a categoria E recebe apenas um salário mínimo.

Gráfico 04.



Fonte: IBGE

Gráfico 05. Evolução dos setores na economia brasileira



Fonte: IPEA

O gráfico 04 revela a distribuição e a transformação ocupacional da classe média urbana brasileira entre 1960 e 2000, evidenciando que o crescimento mais acentuado ocorreu nos chamados serviços sociais, nomeados por Daniel Bell de serviços de bem-estar social, ao passo que a queda mais destacada ocorreu no setor industrial. A pequena queda verificada nos demais serviços decorreu da transferência de atividades e setores de serviços tradicionais, no decurso das décadas de setenta e oitenta, para os novos serviços. Embora a administração pública (cujo crescimento na ocupação da classe média entre o intervalo estudado fora bastante modesto) apareça como um segmento ocupacional específico, suas características (como perfil profissional e grau de instrução) inscrevem esse segmento nos

chamados serviços sociais, dada a mudança e ampliação dos serviços oferecidos pelo Estado (como os serviços de medicina familiar) nos últimos anos do século passado e início deste.

O crescimento dos serviços sociais (que abriga uma grande variedade de profissionais ligados à área de recursos humanos, assistência social, medicina do trabalho, organização não-governamentais, as chamadas ONG's, entre outras) coincide, como se pode depreender a partir do gráfico 05, com o distanciamento do setor de serviços no que toca ao estoque total de empregos formais em comparação com os setores de indústria de transformação e as demais indústrias. Embora o gráfico apresente as curvas de comportamento somente a partir de 1985, no final dos anos setenta o setor de serviços já ultrapassava os demais setores somados no que tange ao estoque total de empregos formais (IPEA, 2006).

O aumento do número de profissionais de nível superior na estrutura de ocupações, aliados aos investimentos em pesquisa e automação, que, por sua vez, estavam estritamente ligados ao surgimento de novos setores de serviços, que também demandavam profissionais de nível superior, dilatou a estrutura de oportunidades de crescimento e diferenciação das classes médias urbanas. Antes essa estrutura de oportunidade estava concentrada nas indústrias e nos postos de comando do Estado. A primeira mudança acima destacada, o regular e disseminado crescimento dos profissionais de nível superior na sociedade da informação, em meio ao crescimento dos novos setores de serviços, mostra-se estrutural e decisiva para a teia de interdependência que vai se tecendo nas décadas finais do século passado, pois ao mesmo tempo em que cria as condições para as demais transformações necessita das mesmas.

A segunda mudança a ser destacada nessa transição não é nem um efeito direto da primeira nem tampouco a causa da terceira, ambas ocorreram de maneira simultânea. A mudança referida diz respeito aos processos de automação oriundos da aplicação de desenvolvimentos na informática e na robótica. A automação intensiva realizada em diversos segmentos da indústria de transformação e das indústrias de componentes bélicos deslocou parcela significativa da mão de obra industrial para as atividades pertencentes aos setores de serviço, sobretudo transporte e alimentação, resultando em perdas salariais consideráveis, ao mesmo tempo em que engendrou novas carreiras ligadas às atividades de tecnologia da informação, notadamente publicidade, comércio varejista e *marketing*. No

entanto, a maior implicação tributária dos processos de automação, e que está diretamente ligada ao ingresso de mão-de-obra extremamente especializada.

Em um trabalho pioneiro⁸⁶, publicado como o resultado sintético de muitos anos de pesquisa e publicações fragmentadas, realizado no final dos anos sessenta e início dos anos setenta, Joffre Dumazedier analisou a extensão e a dinâmica do lazer na França. Segundo o autor, o formidável crescimento das práticas de lazer nas sociedades industrialmente mais avançadas ocorreu em função do aumento do tempo livre.

No mencionado trabalho, Dumazedier ressalta que os dois fatores que mais corroboraram para a ampliação do tempo livre foram às transformações técnico-produtivas, ou seja, os processos de automação e as reivindicações sindicais. Os dados trabalhados pelo autor revelam que a duração média do trabalho no setor não-agrícola caiu de 46 horas semanais em 1967 para 43 horas semanais em 1969. Durante o mesmo período a semana de trabalho se estabeleceu em cinco dias. Por conseguinte, a duração do ano de trabalho diminuiu, sendo que o total de folgas, que em 1936 chegava há 12 dias, se consolidou, em 1968, em cerca de um mês para a maioria dos trabalhadores. Também no mesmo período, segundo o autor, foram feitas sondagens com trabalhadores da indústria automobilística francesa, 65% dos trabalhadores de Boulogne e 70% dos de Le Mans declararam preferir encurtar o tempo de trabalho a aumentar sua renda (DUMAZEDIER, 2000).

Antes de mais nada, a produção do tempo livre, invólucro que contém o tempo de lazer, é, evidentemente, o resultado de um progresso da produtividade, proveniente da aplicação das descobertas científico-técnicas; todos os economistas concordam quanto a esse ponto, de Marx a Keynes. Mas este progresso científico-técnico é completado por uma ação dupla: a dos sindicatos que reivindicam às vezes simultaneamente e com mais frequência alternadamente o aumento do salário e a diminuição das horas de trabalho e das empresas que têm necessidade, para escoar seus produtos, de estender o tempo de consumo. Todos esses fatores nem sempre estão em harmonia. Daí resultam, como já o observamos na sociedade americana com o advento do consumo de massa, possibilidades de greves mais longas, conflitos sociais mais extensos, integrando na ação dos trabalhadores, os aposentados, as donas de casa, etc. Entretanto, cabe notar que, no conjunto, todas essas forças convergem para uma reivindicação de um aumento do tempo livre, não só com respeito ao trabalho profissional, mas também com respeito aos trabalhadores domésticos e familiares. Com efeito, nossa hipótese é que a produção do lazer é o resultado de dois movimentos simultâneos: a) o progresso científico-técnico apoiado pelos movimentos sociais libera uma parcela do tempo de trabalho profissional e doméstico; b) a regressão do controle social pelas instituições básicas da sociedade (familiares, sócio-espirituais e sócio-políticas) permite ocupar o tempo liberado principalmente com atividades de lazer. (DUMAZEDIER, 2000, p. 95)

⁸⁶ Joffre Dumazidier, *Sociologia empírica do lazer*. 2ª edição, Perspectiva, São Paulo, 2001.

Como se pode perceber, o autor localiza no tempo livre uma condição de possibilidade do alargamento do lazer moderno. Embora corresponda a uma vasta extensão de práticas e atividades de fruição e consumo (abrigoando todo o acervo de bens lúdicos e formas de entretenimento, passando por atividades esportivas e espetáculos, até o turismo nas suas mais variadas ramificações), o lazer pode ser tomado, por enquanto, como uma esfera da vida cotidiana, como uma regularidade inscrita nas malhas das modernas economias de serviços. Essa última mudança, o substancial aumento do tempo livre, não seria possível sem as duas primeiras, mas ao mesmo tempo, desemboca, mediante o próprio tempo livre (ocupado em grande medida pelo lazer), em novos processos de automação e especialização profissional.

A dilatação do tempo livre engendrou possibilidades de fruição e investimentos em outras esferas da vida que, direta ou indiretamente, criam mecanismos de valorização do lazer, mas também desenvolvem qualificações para o trabalho. Dumazedier ressalta que uma parte significativa do tempo liberado do trabalho dos adultos resultou em um aproveitamento do tempo de estudo das faixas etárias mais jovens, prolongando o tempo de duração dos estudos. A partir dos anos sessenta, simultaneamente, ocorreu um retardo do tempo de ingresso no trabalho, sobretudo na produção industrial, e um aumento do tempo de estudos. Após esse período a grande maioria dos jovens passou a prolongar seus estudos para depois dos 14 anos. Segundo o autor, no intervalo de dez anos (de 1954 a 1964) aumentou em cerca de 20% o número de jovens que prolongavam os estudos após os 14 anos.

Falando especificamente da França, mas apresentando dados de outros países europeus, o autor sustenta que, entre o final dos anos cinquenta e toda década de sessenta, houve uma valorização das práticas e atividades de lazer, crescendo substancialmente o volume das despesas familiares com o lazer. Tornou-se uma ação institucional disseminada criar programas e organizações (tanto na esfera público-estatal, quanto entre as grandes corporações e indústrias privadas) dedicadas ao lazer e à organização do tempo fora do período de trabalho. Como se pode perceber, as três mudanças destacadas – a aumento da escolaridade, as transformações na automação e a dilatação do tempo livre – estão inteiramente intrincadas num circuito de retroalimentação mútua. Embora constitua um espectro demasiado vasto, o lazer passou a se conformar como um pólo de atração permanente no cotidiano das sociedades industriais mais avançadas a partir da segunda

metade do século passado. Sua importância permite compreender como a intensa diferenciação do setor de serviços passou a abrigar também, aliada a outras, uma pungente economia do ócio e da diversão.

De acordo com o Dumazedier, um tempo significativo da parcela total de tempo livre despendida com o lazer era gasto com a fruição de bens e serviços culturais. Nas pesquisas anuais dos gastos orçamentários familiares realizadas na França o item “lazer e cultura” começou, a partir de 1953, a figurar como um gasto específico. No entanto, segundo o autor, ele não correspondia, em 1960, a somente 8% dos gastos e despesas reais com lazer. Dois gastos fundamentais não eram computados: a quilometragem (cerca de 52% da quilometragem total gasta a cada ano) realizada por conta dos deslocamentos em função das férias semestrais, das saídas de final de semana e as despesas realizadas nos bares, ainda classificadas segundo a rubrica “hotel-restaurante-bar”. Dumazedier sustenta, assim, que não faz nenhum sentido separar os gastos da quilometragem decorrente das viagens e as despesas cotidianas realizadas nos bares da percentagem total dos gastos familiares com lazer, pois se assim o fosse ficaria escamoteado o verdadeiro peso orçamentário do lazer.

Em tais bases, estimamos pelo menos 16% o montante atual das despesas das famílias dedicadas ao lazer. Mesmo que seja difícil para o economista reagrupá-las, sua significação comum com respeito ao lazer não deixa nenhuma dúvida. Nesses períodos o conjunto das despesas de lazer cresceu mais rapidamente do que o conjunto das despesas das famílias. Mas o que nos parece ser mais significativo neste novo gênero de vida é a mudança e talvez a manutenção dos interesses culturais que os acompanham. Tomemos alguns exemplos: em 1950 cerca de 10% das famílias possuíam um automóvel, em 1965, é o caso de quase 50% da população total e 40% dos lares de operários qualificados. Este advento do automóvel nos lares de todas as classes modifica as mentalidades. De 1950 a 1963 o número de partidas para férias nas cidades de mais de 50000 habitantes passou de 49% para 63%. Em 1964, 40% dos franceses com mais de 14 anos viajaram durante suas férias, a maioria de automóvel (65%), entre eles 14% foram para o estrangeiro. (DUMAZEDIER, 2000, p.101)

As observações de Dumazedier levam-nos a dois aspectos bastante contemporâneos. Primeiro, a pujança assumida, já nos anos sessenta, pelas atividades e práticas de lazer; segundo, a dificuldade de se mensurar ou sequer estabelecer critérios seguros de separação entre as diversas modalidades inscritas no amplo espectro do lazer e do entretenimento. A rigor, como ressalta o autor ao se referir à quilometragem e à frequência à bares, importa apreender os fios da intrincada rede de interdependência que enreda lazer, turismo, consumo cultural, entretenimento e diversão. É nesse sentido que os dados capturados por meio de grandes amostragens e realizadas através das agências governamentais de pesquisa

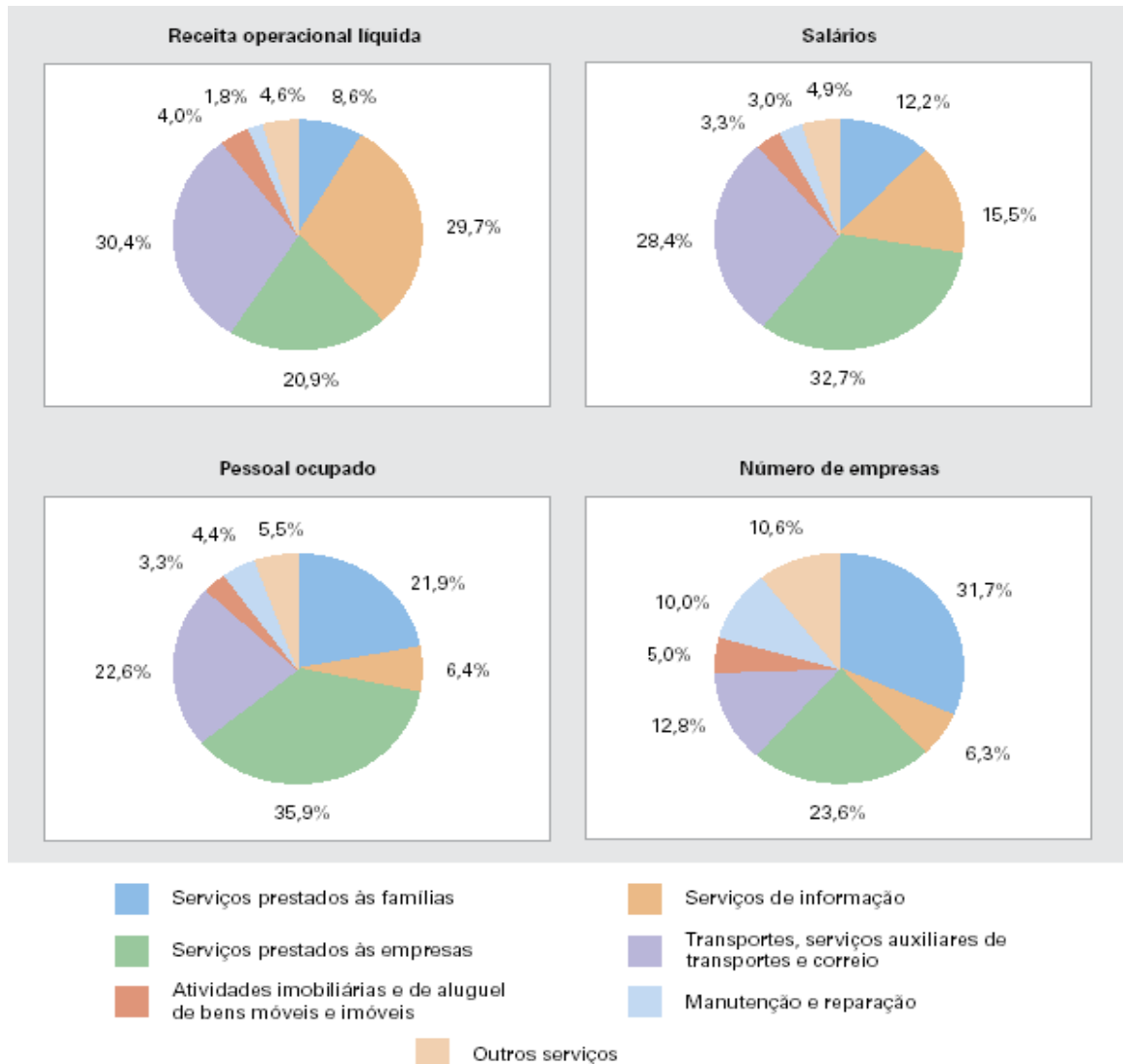
e planejamento devem ser mobilizados com cautela e cruzados a partir dos elos relacionais que determinadas práticas e atividades acionam.

Sem dúvida, as indagações de Dumazedier conduzem-nos a pensar e a inscrever a multiplicidade das atividades de lazer no interior das economias de serviço que foram se sedimentando a partir do final dos anos sessenta. Se pensarmos, como sustenta Bell, que a estrutura de ocupação da nova economia da informação está assentada em profissionais do bem-estar, o lazer talvez seja o serviço de bem estar por excelência na contemporaneidade. Progressivamente a espiral de crescimento das práticas e atividades de lazer levou a criação, em todo o mundo, de agências governamentais ocupadas com o tema e, em particular, a institucionalização de mecanismos de fomento que favoreceram as práticas de lazer. Mediante a sua abrangência e diferenciação, sobretudo a partir dos anos oitenta, o lazer passou a fazer parte das contas das economias informacionais de serviço através de uma série de seguimentos, como o turismo, o consumo de bens e serviços culturais, os *shows*, espetáculos, jogos esportivos, festas populares, entre outros.

A Pesquisa Anual de Serviços (PAS) realizada pelo IBGE⁸⁷ é um valioso insumo para se perceber a profunda ramificação das atividades e práticas de lazer nas malhas das economias pós-industriais. A PAS 2005 traz, com exceção dos serviços financeiros, mais de dez divisões da classificação nacional de atividades econômicas, 16 grupos também da mesma classificação e quatro classes de atividades inscritas na classificação nacional das atividades econômicas. Traz também sete grandes segmentos de serviços prestados (serviços prestados às famílias; serviços de informação; serviços prestados às empresas; transportes, serviços auxiliares aos transportes e correios; atividades imobiliárias e de aluguel de bens móveis e imóveis; serviços de manutenção e reparação). Na pesquisa, a importância dos sete grandes segmentos é sempre mensurada de acordo com quatro critérios específicos: receita operacional líquida salários, pessoal ocupado e número de empresas.

⁸⁷ Pesquisa Anual de Serviços, PAS 2005, www.ibge.br

Gráfico 06. Participação dos segmentos nos serviços não-financeiros, Brasil-2005.

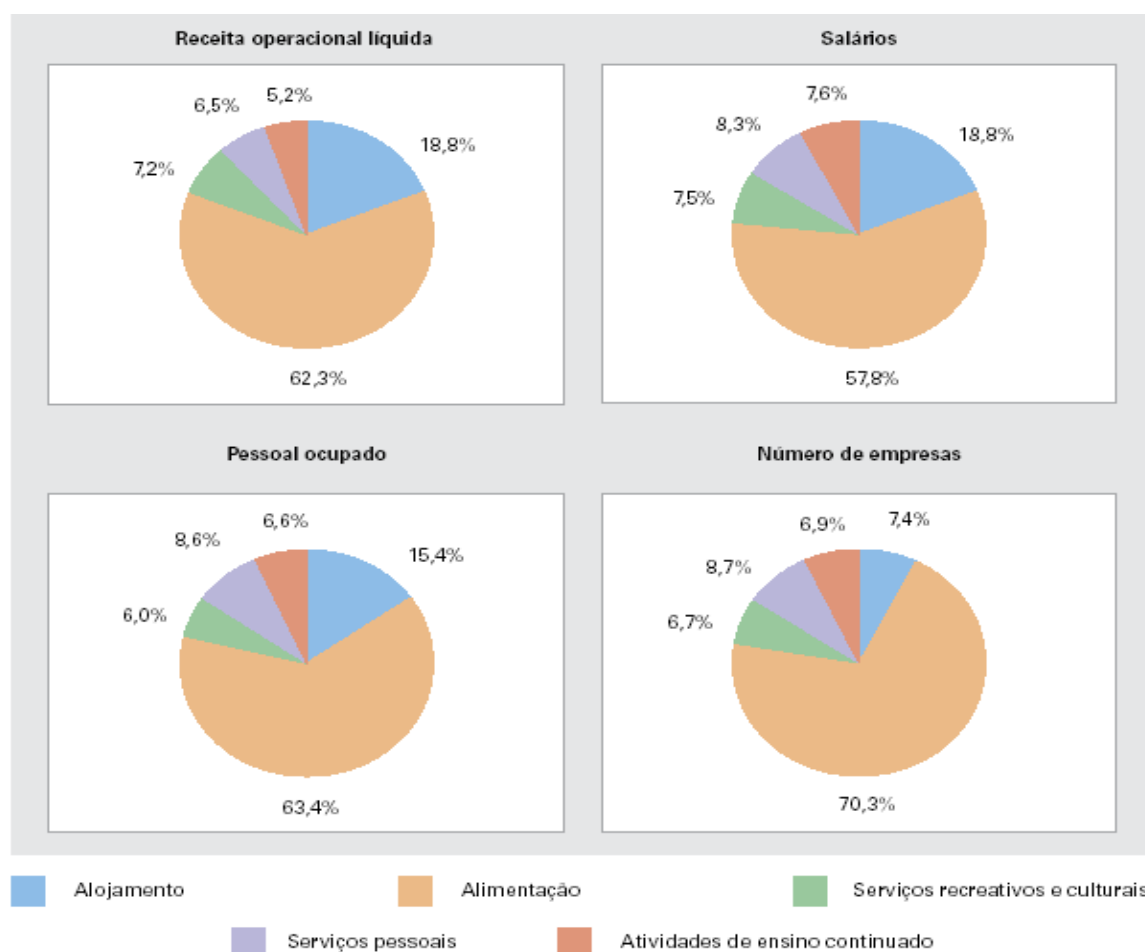


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços 2005.

Como o gráfico 06 demonstra a categoria de serviços prestados às famílias ocupa o terceiro maior percentual no critério de pessoal ocupado, com um valor bastante próximo do segundo percentual, e o maior percentual segundo o critério de número de empresas. Os sete grandes segmentos de serviços apresentados pela PAS abarcam uma diversidade de serviços que, direta ou indiretamente, estão inscritas na estrutura do lazer e do entretenimento, no entanto, na pesquisa o segmento de serviços prestados às famílias procura condensar as principais atividades de serviços, tal qual os dados apresentados acerca da França entre os anos cinqüenta e sessenta do século passado, que impactavam no orçamento familiar. Assim, a pesquisa apresenta cinco categorias de serviços

prestados às famílias brasileiras: serviços de alojamento, de alimentação, atividades recreativas e culturais, serviços pessoais e atividades de ensino continuado. O gráfico 7 mostra a participação de cada um desses serviços segundo os critérios econômicos estabelecidos na pesquisa: receita operacional líquida, salários, pessoal ocupado e número de empresas.

Gráfico 07. Participação das atividades no segmento de serviços prestados às famílias, Brasil - 2005



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços 2005.

É fácil verificar que as atividades de alimentação, em todos os critérios selecionados, se destacam das demais no segmento geral de serviços prestados às famílias. Com exceção dessas últimas atividades e das atividades de alojamento, que apresentam a segunda maior percentagem em três dos quatro critérios selecionados, as demais atividades apresentam percentuais bastante aproximados. No entanto, assim como indagou Dumazieder, também é fácil notar que boa parte dos serviços de alimentação e alojamento são oferecidos,

demandados e realizados durante as férias (anuais e semestrais) e as viagens de finais de semana e feriados prolongados, o que permite inserir parte dessas práticas nas atividades de serviços recreativos e culturais. Do mesmo modo, algumas práticas das atividades de serviços pessoais e atividades de ensino continuado também podem ser inseridas nas demais, inclusive os serviços recreativos e culturais. Portanto, a mesma crítica de Dumazieder sintetizada antes pode ser atualizada, mas tendo em vista uma dilatação e uma diferenciação ainda maior nos serviços de entretenimento e lazer, assim como uma racionalização específica de determinadas classificações e atividades, como o turismo, por exemplo.

É importante observar que no tocante ao critério de salários a atividade de serviços recreativos e culturais praticamente apresenta o mesmo percentual dos serviços de atividades de ensino continuado, assim como no critério receita operacional líquida ocupa o terceiro maior percentual. Esse destaque se deve ao fato de que os salários nas atividades de consumo cultural e lazer, por serem exercidas em sua grande maioria por profissionais de nível superior, são mais elevados; já o destaque assumido quanto ao critério de receita operacional líquida se deve ao fato das empresas que atuam nessas atividades possuem um alto grau de especialização, um dos fatores mais importantes para a elevação da rentabilidade.

À atualização da crítica de Dumazieder destacada antes ganha aqui linhas mais nítidas. Nas cinco atividades principais do segmento de serviços prestados às famílias, alojamento, alimentação, as atividades recreativas e culturais e os serviços pessoais realizados pelas famílias durante as práticas turísticas (os deslocamentos entre cidades, micro-regiões, regiões, estados e países) não são contabilizados. Assim, o turismo, um fenômeno que faz parte da estrutura de serviços das economias pós-industriais e da esfera do entretenimento-lazer de um modo geral, não entra diretamente nas contas da PAS. Por outro lado – aspecto que revela a importância sócio-econômica dos deslocamentos de caráter turístico em todo o mundo – o turismo constitui uma conta própria e é, por seu turno, objeto de pesquisas específicas. Essa fragmentação de dados e informações compromete um pouco a clareza e a condução geral do argumento nesse momento do exercício, por isso é preciso certa serenidade para compreender o panorama de vicissitudes no qual se situa o eixo da mudança envolvendo a relação entre *cultura e desenvolvimento*.

Segundo Paul Tolila⁸⁸, o turismo ocupava em 1998 cerca de 10% da mão-de-obra internacional, o que representava 230 milhões de trabalhadores. Sendo que desses 21 milhões estão na América do Norte, 22 milhões na União Européia, 78 milhões no Nordeste Asiático, 34 milhões no Sudeste Asiático, 10 milhões na América Latina. Segundo Tolila, amparado em estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), as previsões para o setor do turismo são de 330 milhões de postos de trabalho no setor de turismo, o que totalizaria um fluxo de cerca de 1,6 bilhões de viajantes, perfazendo um faturamento de cerca de 7.500 bilhões de dólares.

Em janeiro de 2008 o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), junto com o Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, publicou um trabalho minucioso acerca da distribuição espacial da ocupação no setor de turismo no Brasil⁸⁹. O trabalho traz os dados mais atualizados acerca da estrutura de ocupação do turismo nas cinco regiões brasileiras de acordo com os critérios de formalidade e informalidade, e se converteu no principal marco de referência para tomada de decisões e elaboração de políticas públicas no setor por parte do Ministério do Turismo e da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). O trabalho fundamenta-se no quadro de referência das atividades características do turismo (ACTs), elaborado pela Organização Mundial do Turismo (OMT). São sete atividades (alojamento, agência de viagem, transportes, aluguel de transportes, auxiliar de transportes, alimentação, cultura e lazer), sendo que três, no mínimo, aparecem no quadro das principais atividades presentes no segmento de serviços prestados às famílias brasileiras (PAS 2005).

Segundo a pesquisa, entre 2002 e 2006 a taxa de ocupação nas atividades características do turismo, computando-se os empregos formais e informais, cresceu 14,4%. Em setembro de 2006 as ACTs possuíam cerca de 3,3% do total de trabalhadores e empregados no país, sendo que 41% desses são de empregos formais e 59% de empregos informais. O gráfico 08 apresenta a distribuição da estrutura ocupacional nas ACTs. Percebe-se que as atividades características do turismo de alimentação e transportes abrigam o maior número de ocupações. Mais uma vez o dado necessita ser depurado e problematizado. Como se verá mais à frente, o alargamento do conceito de *cultura* e sua institucionalização jurídico-política no interior das agências transnacionais e órgãos

⁸⁸ Paul Tolila, *Economia da cultura*. 1ª edição, Editora Iluminuras, São Paulo, 2007, p. 73.

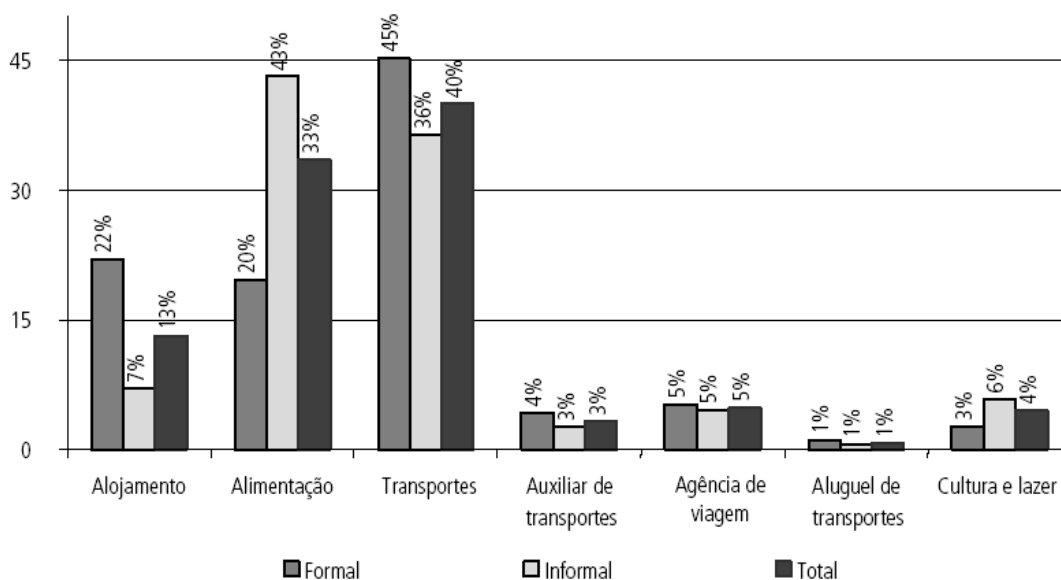
⁸⁹ *Distribuição espacial da ocupação no setor de turismo: Brasil e regiões*. Margarida Hatem Pinto Coelho. IPEA, Rio de Janeiro, Janeiro de 2008.

governamentais implicou a incorporação de outras atividades no âmbito do consumo cultural e do lazer.

O alargamento do conceito de *cultura* operou no sentido de incorporar a noção de *cultura* como experiência vivida e saber acumulado, valorizando as noções de aprendizado e patrimônio imaterial, internalizadas e transmitidas nas práticas cotidianas. Nesse sentido, as ocupações, ou pelo menos parte delas, em torno da ACT alimentação deveriam ser deslocada para a ACT cultura e lazer. Não é por acaso que a ACT alimentação apresenta o maior índice de informalidade (43%), pois grande parte dos trabalhadores dessa ACT (sobretudo no Nordeste) estão ocupados com o preparo e a venda (a céu aberto, em eventos, praias e ruas) do vasto cardápio das comidas regionais brasileiras.

Gráfico 08.

Brasil: participação relativa das ACTs – dezembro de 2006
(Em %)



Fonte: IPEA

O cruzamento dos dados extraído da pesquisa anual de serviços (PAS 2005) com os dados presentes na pesquisa acerca da estrutura ocupacional do setor de turismo (IPEA 2008), aliadas as indagações e reflexões de Bell e Dumazieder, permitem perceber como a produção cultural está espalhada por diversos segmentos, setores e atividades da economia de serviços. Além da especificidade já apontada antes, do tenso e delicado equilíbrio entre criação e controle, entre inovação e padronização, apontados por Morin ainda nos anos sessenta, a

produção cultural (que incorpora as chamadas *indústrias culturais*) depende da estreita interface entre os diversos setores de serviços e o setor propriamente industrial, notadamente no que diz respeito à fabricação e *desenvolvimento* dos componentes da tecnologia da informação e da alta tecnologia de miniaturização dos insumos da micro-informática.

A relação entre *cultura e desenvolvimento* e, por conseguinte, a mudança discursiva da qual essa relação foi objeto nas últimas três décadas pode ser compreendida à luz do panorama de vicissitudes sócio-econômicas construído até aqui. O conceito de *desenvolvimento* e a temática que na qual se inseria como peça decisiva povoou o pensamento das gerações de intelectuais e pesquisadores, a *intelligentsia* (MANNHEIM, 2001) latino-americana, que estiveram, durante o intervalo dos anos quarenta aos anos setenta, à frente dos principais órgãos estatais de planejamento econômico. Até a década de trinta do século passado era comum a utilização do termo *progresso* para se referir à instauração de processos de modernização, concentrados na incorporação de novas energias e na adoção de reformas das infra-estruturas urbanas em diversas partes do mundo. O termo era um legado conceitual e valorativo do processo de industrialização europeu, desencadeado no fim do século XVIII e intensificado durante o século XIX, assim como um lema tributário dos ideais positivistas daquele século.

A partir das primeiras décadas do século XX o conjunto de preceitos inscritos no conceito de *progresso* foram deslocados e substituídos pela categoria de *modernização*. Nas repúblicas latino-americanas que assistiram ao primeiro grande conflito mundial (1914-1918), o ideal de *modernização e desenvolvimento* surgiu como uma força capaz de superar o atraso dos longos séculos de colonização. O único meio de superar tal atraso seria mobilizar as energias em torno de uma organização político-jurídica sólida que plasmasse uma unidade suficientemente centralizada para dar cabo ao processo de industrialização, demiurgo do projeto de modernização e *desenvolvimento* ocidental. A noção de *desenvolvimento* passa nesse período a comparecer como um axioma geral, síntese das idéias de transformação das infra-estruturas habitacionais, urbanas e materiais de um modo geral. Tornou-se um grande pleonasma se falar de *desenvolvimento* econômico, já que a noção de *desenvolvimento* construída e implementada no período enfatizava diretamente noções como crescimento econômico, elevação da taxa de renda, aumento do nível da taxa de emprego, proteção do mercado nacional, crescimento da renda *per capita*, industrialização, entre outras (HARMET, 2002).

O agente que passou a gerenciar e executar tal processo não foi outro senão o Estado moderno, dirigido por elites políticas modernizadoras assessoradas pelas crescentes tecnocracias urbanas. O rápido e intenso processo de urbanização e industrialização verificado no Brasil, durante os anos quarenta, cinqüenta e sessenta, expressa bem a força do imperativo do *desenvolvimento* latino-americano. Segundo Guy Hermet⁹⁰, a noção de *desenvolvimento* latino-americano do período também incorporava um preceito imprescindível: a exclusão, ou no mínimo, a redução da participação política de segmentos importantes daquelas sociedades em profunda transformação. O autor ressalta que uma frase de Marcelo Cavarozzi sintetiza bem esse aspecto do desenvolvimento latino-americano: “o crescimento, agora; a participação, depois” (CAVAROZZI, 1994). A noção de *desenvolvimento* lastrada em uma dimensão técnico-industrial ganhou mais fôlego na América Latina após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), quando o modelo de uma industrialização acelerada coordenada pelo Estado nacional assumiu o *status* de método consensual absoluto. Hermet sustenta que esse consenso vigorou entre 1945 e 1975, adicionando-se a esse receituário a exclusão político-popular.

Tais são as premissas, os princípios e os métodos de um “desenvolvimentismo”, cujo apogeu se situa nos anos 1950 e 1960 e se confunde com aquilo que se poderia chamar de o período “estatocêntrico” da ideologia latino-americana do desenvolvimento. Por essa abordagem, o período se singulariza pela primazia ao papel de um Estado forte e voluntarista. Como consequência de sua pretensão técnica de sua racionalidade científica, se caracteriza também por uma concepção elitista ainda mais acentuada que no passado. Os desenvolvimentistas são keynesianos, mas de um estilo “austral”, devido aos seus vínculos privilegiados com a Argentina e com as regiões meridionais do Brasil (HARMET, 2002, p. 69).

A inspiração keynesiana destacada por Harmet, assim como a racionalidade técnico-científica implementada pelo Estado desenvolvimentista latino-americano, pode ser percebida através da importância assumida por determinadas instituições de pesquisa e planejamento econômico, como, por exemplo, a CEPAL (Comissão Econômica para América Latina) e, por conseguinte, por determinados técnicos e economistas latino-americanos, como Raúl Prebisch e Celso Furtado. Criada por iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), a CEPAL incumbiu-se de realizar um conjunto de pesquisas e traçar metas de planejamento econômico que permitissem aos governos latino-americanos se inserir no mundo das nações industrialmente avançadas.

⁹⁰ Guy Hermet, *Cultura e desenvolvimento*. 1ª edição, editora Vozes, Petrópolis, 2002.

Durante os anos cinquenta e sessenta a CEPAL foi o centro das principais reflexões e teses sobre a economia latino-americana, abrigando duas matizes de economistas que se dividiam e rivalizavam quanto ao método mais apropriado para o *desenvolvimento* latino-americano. Os brasileiros Roberto Campos e Roberto Simonsen foram os principais artífices dessa contenda. De um lado, embora mais tarde tenha mudado inteiramente de posição, estava Campos, sustentando a posição majoritária dentro da CEPAL, ou seja, a favor de uma industrialização autóctone e, portanto, de um *desenvolvimento* dirigido pelo Estado; de outro, sustentando uma posição minoritária na instituição, estava Simonsen, para quem o *desenvolvimento* deveria partir da iniciativa de grupos e corporações privadas. A primeira posição, ainda mais no caso brasileiro, gozou de maior prestígio e não teve maiores dificuldades de programar e implementar certas idéias gestadas pela CEPAL. No entanto, essas duas teses se combinam a outras, ramificando-se por um conjunto de questões sócio-econômicas, cujo núcleo era ocupado sempre pelo tema do *desenvolvimento*, como um objetivo último e inadiável. Escrevendo sobre o período que esteve na CEPAL, Celso Furtado ressalta:

Aos 28 anos, quando fui a CEPAL, encontrei um grupo de jovens de toda a América Latina. Desse grupo, os que tinham uma experiência mais rica e uma visão mais nítida dos problemas eram os provenientes da Argentina. Raúl Prebisch, que era o líder do grupo, começou a estabelecer hipóteses novas e criou a tese do centro-periferia. De acordo com essa teoria, o capitalismo não é homogêneo, não obedece a uma lógica linear. Ele apresenta, em lugar disso, rupturas, descontinuidades importantes. Também a teoria que distingue modernização e desenvolvimento nasceu das experiências e intercâmbios dentro da CEPAL. Tudo isso é fruto do debate que iniciamos lá, naquela época, sobre o desenvolvimento a típico, ou específico, da América Latina. Essa é a gênese da escola estrutural latino-americana (...) Foi no Brasil, no entanto, que se realizou o primeiro grande debate moderno sobre desenvolvimento, suscitado pelas reflexões da CEPAL. As teses nasceram em Santiago do Chile, mas proliferaram aqui. E elas são importantes, tanto que durante um quarto de século dominaram o pensamento latino-americano. E vou mais longe: em todo o mundo o problema do desenvolvimento a partir das idéias surgidas aqui na América Latina (FURTADO, 1982, P.129).

As palavras de Furtado não deixam dúvidas quanto à importância do tema do *desenvolvimento* e o papel de incubadora intelectual realizado pela CEPAL. A trajetória de Furtado é emblemática para se compreender o desenho geral da relação entre *cultura e desenvolvimento*. Inscrito em um movimento político-administrativo que elevou o planejamento econômico ao *status* de guia de uma racionalidade que desaguou na criação de órgãos e instituições de planejamento como a Superintendência de Desenvolvimento do

Nordeste (SUDENE), Furtado coordenou, no final dos anos cinquenta, diversos grupos de trabalho e comissões em torno da chamada *questão Nordeste*⁹¹. As comissões e grupos de trabalho eram compostas por técnicos e economistas pertencentes a CEPAL e ao BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), órgãos nos quais Furtado plasmou suas principais teses acerca da economia brasileira. Dessas, um eixo se destacou, tanto na vasta bibliografia de Furtado acerca do *desenvolvimento*⁹², quanto na formulação de políticas econômicas e de planejamento, no período em que esteve à frente do Ministério do Planejamento e da SUDENE. Trata-se da tese do *desequilíbrio regional*.

Furtado sustentava que o *desenvolvimento* da economia brasileira deveria respeitar as especificidades e características sócio-históricas do processo de integração das regiões e dos mercados nacionais. Cômico das peculiaridades e potencialidades do processo de industrialização, realizado desde os anos trinta de acordo com o modelo de substituição de importações, Furtado acreditava que, nos anos cinquenta, a economia brasileira passava por uma nova fase. A conjuntura internacional favoreceu a intensificação do processo de substituição de importação durante os anos trinta e quarenta, mas a partir dos anos cinquenta as condições para uma industrialização autóctone estavam postas. Entre 1945 e 1952 a fabricação de equipamentos industriais cresceu 290%, enquanto que o total das importações cresceu apenas 15%. No final dos anos cinquenta o principal obstáculo, segundo Furtado, para o *desenvolvimento* da economia brasileira, não era o atraso no processo de industrialização, mas sim sua concentração. A rápida industrialização e a grande diferenciação produtiva assumida pela economia brasileira só poderia dar os saltos esperados se esse processo fosse estendido às demais regiões nacionais, sobretudo a região Nordeste (FURTADO, 1982).

De nada adiantava o processo de industrialização concentrar seu vigor no Sudeste do país, pois assim concentraria mão-de-obra e capitais em excesso, engendrando um *desequilíbrio sócio-econômico* que teria que ser compensado com obras e programas assistencialistas, implicando gastos públicos que assim geraria, como de fato ocorreu, um *desequilíbrio das contas internas*. Para Furtado era preciso fomentar um processo

⁹¹ A questão Nordeste foi o nome dado às polêmicas na imprensa e no Congresso Nacional durante os anos cinquenta, que envolviam o Nordeste. Essas polêmicas eram geradas pelas saídas políticas e medidas que visavam aplacar os confrontos e os *desequilíbrios* na região Nordeste, àquela altura atravessada por tensões sociais de todos os lados, experimentando secas sucessivas, que acentuavam as profundas assimetrias sócio-econômicas na região.

⁹² Celso Furtado, *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. 1º edição, editora Centauro, São Paulo, 1982.

coordenado de integração do Nordeste com o Sul e Sudeste do país, não como uma mera articulação, tal qual ocorria no século XIX, explorando as potencialidades regionais. O vasto e populoso Nordeste rural era o principal obstáculo para o *desenvolvimento* brasileiro na metade do século. Esse diagnóstico foi imediatamente sucedido por um prognóstico: integrar a região à locomotiva do *desenvolvimento* nacional sob a égide de uma instituição estatal de planejamento econômico, cujo objetivo central seria coordenar o processo de industrialização da região: a SUDENE. Essa instituição fomentou a necessidade do planejamento regional e da economia regional, desencadeados anos antes nas reflexões da CEPAL. A esse respeito, Francisco de Oliveira asseverou:

Todas as teses da CEPAL estão de volta agora no marco nordestino. Há, explícita, uma “deterioração dos termos de intercâmbios” entre o Nordeste e o Centro-Sul, através de uma operação: o Nordeste exporta para o exterior e também para o Centro-Sul, que gasta as divisas produzidas pelo Nordeste na importação dos bens de capital e produtos intermediários para sua industrialização. Uma política nacional de comércio exterior castiga o nordeste: a política cambial e tarifária impede que o Nordeste tenha relações autônomas com os países para qual exporta açúcar, sisal, algodão, couro, peles, óleos vegetais, etc. (OLIVEIRA, 1981, p.43)

O Nordeste aparece nas teses de matriz cepalinas como uma possibilidade de novas reflexões, mas, sobretudo, como um laboratório para testes e aprimoramentos de certos preceitos e prerrogativas, como, por exemplo, a noção de *centro-periferia*, a de *dependência estrutural* e do *desenvolvimento endógeno* (FURTADO, 1982). No momento de criação da SUDENE, o Nordeste era visto pelas agências de planejamento segundo um duplo registro: o do arcaísmo e da tensão social, ambos concorriam para conformar um antagonismo em torno da relação entre a *cultura sertanejo-nordestina* e *desenvolvimento* econômico. O primeiro registro, tributário de reflexões desenvolvidas pela ONU no pós-guerra, era informado por um conceito de *cultura* que pensava o processo cultural como uma totalidade vivida, isto é, como um conjunto de práticas, crenças, valores, costumes e formas de reconhecimento, portanto, uma noção bastante diferente daquela relacionado ao cultivo da fruição artística e, portanto, bem próxima da noção antropológica de cultura.

Esse registro percebia o Nordeste, sobretudo sua região interior, como o núcleo das reminiscências coloniais, como a presença viva de todos os arcaísmos medievais (OLIVEIRA, 1981). O segundo registro percebia a região como núcleo de representação das tensões políticas e injustiças sociais no mundo subdesenvolvido. Segundo Josué de

Castro⁹³, “o problema das tensões sociais no Nordeste é, com algumas matizes que o singularizam, o mesmo problema das tensões sociais reinantes em todo o mundo subdesenvolvido, que representa em seu conjunto um dos pólos explosivos do mundo atual”. (CASTRO, 1965). Essa formulação de Castro o situa numa fronteira bastante próxima daquela defendida e desenvolvida pelos grupos de artistas-intelectuais de esquerda dos anos sessenta, os *revolucionários românticos* (RIDENTI, 2000). Quanto ao primeiro registro, ou seja, aquele que via o sertão-Nordeste a partir da necessidade de industrialização e modernização, Carlos Mallorquin⁹⁴, um dos maiores pesquisadores do pensamento de Celso Furtado, ressalta:

É obvia a força do desenvolvimentismo no Furtado de 1962, sobre a possibilidade e capacidade de novos centros de decisão para dirigir o país até sua plena autonomia. E isso apesar de o Nordeste representar o último reduto e manifestação espetacular de desigualdades econômicas e sociais, a ponto de se dizer que, no Brasil, podia-se passar em questão de quilômetros da fase pré-histórica da civilização à moderna. (MALLORQUIN, 2005, p.123)

Diante do imperativo de industrialização coordenado e dirigido pelo Estado a relação entre *cultura e desenvolvimento* no Brasil, durante as décadas de cinquenta e sessenta do século passado, era pautada por uma tensão aberta. O acervo discursivo criado para justificar o tema do *desenvolvimento*, assim como o princípios e métodos destacados antes por Harnet, julgava que a totalidade dos hábitos e costumes das sociedades latino-americanas, arraigados durante séculos de colonização, eram inteiramente incompatíveis à disciplina do empreendimento, do rigor do trabalho cotidiano e o senso de previsão e planejamento reclamados pelo *desenvolvimento* material (HARNET, 2002). Quando da implementação das políticas econômicas a totalidade das experiências culturais deveria ser amoldada ao imperativo de uma razão de Estado, secundada por um projeto civilizador mais amplo e contundente, que consistia em reformar o complexo das condutas cotidianas: o conjunto de superstições, as crenças populares, os hábitos rurais, entre outras.

Tem-se então um quadro em que o Nordeste, em especial o seu interior, aparece como o núcleo irreconciliável do antagonismo envolvendo *cultura e desenvolvimento*. Por um lado, era a região Nordeste que comprometia, em certa medida, o *desenvolvimento* da economia nacional, pois estava, em decorrência dos desequilíbrios e disparidades

⁹³ Josué Castro, *Geografia da fome*. 1º edição, editora Paz e terra, São Paulo, 1965.

⁹⁴ Carlos Mallorquin, *Celso Furtado: um retrato intelectual*. 1º edição, editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2005.

engendrados durante os últimos séculos da colonização, muito atrás no processo de industrialização. Por outro lado, qualquer empreendimento mais vigoroso de industrialização, planificação e modernização teriam que lidar com um complexo sócio-cultural que ia desde o latifúndio monocultor semi-escravista, predador e estagnado, localizado nas bordas do vasto litoral, até a pequena agricultura familiar praticada nos rincões mais áridos da região, que abrigava uma imensa população de famintos, além de uma estrutura política dominada pelo assistencialismo e pelo monopólio da violência estabelecido pelos coronéis (OLIVEIRA, 1981).

Esse confronto manifesto entre *cultura e desenvolvimento*, notadamente entre o *desenvolvimento* de uma região específica e seu complexo de práticas, símbolos e crenças, perdurou até o final dos anos setenta, quando então essa incongruência passa a ser aplacada, tornando-se então objeto de novas investidas discursivas que visavam acomodar os termos e suas respectivas cargas éticas, morais e valorativas. O mesmo Furtado desenvolvimentista de 1962 apresentado por Mallorquin, em 1982 apresentava uma compreensão de *desenvolvimento* bem mais dilatada. Em seus dois principais trabalhos acerca da relação entre *cultura e desenvolvimento*, *Dependência e criatividade e Cultura e desenvolvimento em época de crise*, ambos tributários de suas teses sobre *desenvolvimento endógeno* publicados nos anos oitenta, Furtado apresenta a relação em novos termos, ora apresentando a *cultura* (no sentido de um conjunto de crenças, hábitos e saberes) como uma dimensão imprescindível que deveria ser respeitada na dialética complexa entre *cultura e desenvolvimento*, ora como uma dimensão que faz parte do próprio crescimento econômico, pois os bens e serviços culturais são decisivos para a dinâmica de produção e acumulação da economia moderna.

A aproximação envolvendo *cultura e desenvolvimento* que se verifica no interregno de 1962 a 1982 no pensamento de Celso Furtado, como de resto nos trabalhos de muitos pesquisadores latino-americanos durante o período, não ocorreu como um estalo fulminante da noite para o dia. Foi resultado antes das vicissitudes sócio-econômicas que redirecionaram o conjunto das economias nacionais, escavando uma rota de transição para as contemporâneas economias de serviços, no interior da qual o lazer, o entretenimento, o turismo, os fluxos informacionais e comunicacionais e o consumo cultural, tal qual antecipados por Bell e Dumazedier, tornaram-se condições de possibilidade para o que hoje se nomeia de *economia criativa, indústrias da criatividade, capitalismo cultural*

(YUDICE, 2004), *capitalismo informacional* (CASTELLS, 1999) e *economia de signos e espaços* (LASH e URRY, 2000).

Em face dos fracassos econômicos de algumas economias ascendentes nos anos oitenta (notadamente na América Latina e em algumas regiões da Ásia), baseadas em um rápido crescimento industrial e em um gigantesco modelo de concentração de renda, a ONU passou a questionar o conteúdo discursivo do conceito e das políticas públicas baseadas na noção de *desenvolvimento* como um processo de transformação técnica e acumulação econômica. As crises inflacionárias que assolaram a América latina nos anos oitenta, que resultaram no empobrecimento de parcelas significativas da força de trabalho do continente, corroboraram para que a organização adotasse um conjunto de índices de aferição do *desenvolvimento*, mas agora de um *desenvolvimento* estritamente baseado nas condições de moradia, segurança, saúde, renda, escolaridade, acesso à cultura e lazer, entre outras.

A organização passa a mobilizar o conceito de *desenvolvimento humano* como uma espécie de norte de cobrança, controle e sugestão de políticas públicas em todo o mundo. A pedra de toque desse novo conceito é representada pela noção de *qualidade de vida* e tem no IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) o seu instrumento de aferição por excelência. A partir da segunda metade dos anos oitenta e durante os anos noventa, o IDH passa a figurar nas campanhas eleitorais e programas de governos, nos documentos internacionais, nos relatórios de gestão, nas metas administrativas de diversas organizações nacionais e transnacionais.

A noção de *desenvolvimento* sofreu um deslocamento em duas direções. Por um lado, seu conteúdo econômico é atenuado, isto é, os antigos índices macroeconômicos (como taxa de crescimento, nível de industrialização, nível de emprego, renda *per capita*, balança comercial, etc) são revistos a partir de sua relação com as condições de vida das populações mais pobres, que permaneciam a revelia dos ganhos econômicos e do crescimento da economia. Assim, os critérios macroeconômicos são substituídos por índices que buscam aferir e avaliar até que ponto e em que medida o crescimento econômico e o *desenvolvimento* estão melhorando a vida como um todo de determinados países e, sobretudo, de suas populações mais pobres. O conceito de *desenvolvimento*, seguindo essa direção, passa a ser objeto de uma revisão e uma crítica que o desloca, pelo menos parcialmente, para uma racionalização discursiva que se inscreve em uma

moralidade mais ampla, qual seja, aquela que vê o desenvolvimento econômico apenas como uma dimensão do *desenvolvimento humano*. (SOLVATO, 2008).

Por outro lado, há um deslocamento no sentido de se respeitar e se apreender com outras experiências culturais de *desenvolvimento*. Seguindo essa dimensão, seria preciso que o *desenvolvimento* (pensado como crescimento industrial e econômico) fosse relativizado até o grau em que perdesse sua marca estritamente econômica e material. Essa dimensão se liga inteiramente à trama das mudanças discursivas que foram empreendidas pela Organização das Nações Unidas Para Educação Ciência e Cultura (UNESCO) a partir do final dos anos cinqüenta no que toca à *cultura*. Diante dessa mudança, resultado de uma concepção de *cultura* que se relaciona diretamente com as questões políticas, não é mais o *desenvolvimento*, como um processo exógeno, que condiciona a *cultura* (pensada como totalidade de hábitos, costumes e valores), mas antes o contrário, agora é a *cultura* que passa a abrigar uma visão particular e específica de *desenvolvimento*. Essa mudança passa a se cristalizar nas novas formulações do conceito de *cultura* produzidas pela UNESCO nos anos noventa. Essa mudança concerne exatamente à primeira dimensão destacada na fala de Salvato no início deste capítulo.

Até aqui se destacou as duas principais maneiras pelas quais o conceito de *cultura* penetrou a temática do *desenvolvimento* nas duas últimas décadas. Percorreu-se, para tanto, a fala do pesquisador Márcio Antônio Salvato para localizar as duas dimensões pelas quais o conceito de *cultura* passou a se inscrever nas discussões sobre o *desenvolvimento* econômico. A primeira dimensão, que ocupou mais espaço até esse momento, diz respeito ao vertiginoso crescimento da demanda por bens e serviços culturais em todo o mundo a partir dos anos setenta, processo que esteve diretamente ligado à ampliação das práticas de lazer e a emergência das contemporâneas economias de serviço. Já a segunda dimensão, diz respeito à maneira como o conceito de *cultura* passou a ser ressignificado e dilatado.

Pesquisas realizadas pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), pelo Banco Mundial e pelo Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento (PNUD), demonstram que a chave de interpretação e resposta para algumas indagações de cunho econômico estavam na *cultura*⁹⁵. Esses organismos objetivavam entender e responder por que alguns países em *desenvolvimento*, que passaram por circunstâncias históricas semelhantes, alcançaram níveis de *desenvolvimento* material mais rápido, e outros, no

⁹⁵ Antônio Sidekum, *Alteridade e multiculturalismo*. 1ª edição, editora UNIJUI, Ijuí, Rs, 2003.

entanto, apresentam um crescimento bem mais lento? Segundo as pesquisas, a resposta para essa indagação estava no conjunto dos conteúdos valorativos, das crenças, hábitos e costumes existentes nesses países. Em outros termos, a resposta estava na maneira como aquela formação cultural específica lidava e lidou com as transformações exigências do *desenvolvimento* material. As pesquisas foram realizadas nos anos noventa junto aos países que estavam experimentando um rápido crescimento econômico, como os chamados tigres asiáticos, Coreia do Sul, por exemplo, e também junto a alguns países que pertenciam ao bloco da ex-URSS (União das Repúblicas Socialistas Soviéticas), como Hungria, Albânia e Lituânia, e que apresentavam um reduzido crescimento econômico.

Chaga-se, com efeito, assim como destaca Solvato, a constatação de que a totalidade de hábitos, crenças, valores e costumes culturais deveriam ser considerados como um aspecto central para o êxito das políticas de *desenvolvimento* material. Em outros termos, os conteúdos de uma determinada formação cultural promovem algumas escolhas e adaptações que realizam alguns deslocamentos no próprio conceito de *desenvolvimento*, inscrevendo no centro do debate e das reflexões o tema do *desenvolvimento* como um processo mais abrangente, ligado ao *desenvolvimento humano* em geral (SALVATO, 2008).

2.2 *Diversidade cultural, patrimônio cultural imaterial e identidade: a UNESCO e a construção de um apelo global.*

As duas dimensões pelas quais o conceito de *cultura* penetrou o debate e a problemática do *desenvolvimento* se imbricou inteiramente no decurso dos anos noventa. Essa imbricação ensejou novos usos da categoria *cultura* e uma série de envolvimento políticos por parte de vastos segmentos da sociedade civil global e, por conseguinte, de alguns organismos transnacionais, como a UNESCO. Essa organização passou a ser, sobretudo a partir dos anos noventa, uma espécie de núcleo global das tensões envolvendo *cultura e desenvolvimento*. A UNESCO passou a capitanear as discussões realizadas em âmbito mundial no que diz respeito a um conjunto de ações e propostas de regulamentação, definição e normatização da categoria *cultura* em face das profundas transformações ocorridas no final do século XX. Mattelart⁹⁶ sustenta que a *cultura*, como uma área de competência específica reivindicada pela UNESCO, ganhou maior densidade institucional

⁹⁶ Armand Mattelart, *Diversidade cultural e mundialização*. 1ª edição, editora Parábola, São Paulo, 2005.

no decurso dos anos noventa, com a promulgação de inúmeros documentos de regulamentação: declarações, recomendações e convenções (MATTELART, 2005).

A tensão central inscrita no seio da UNESCO foi construída a partir da consolidação da segunda dimensão destacada antes na formulação de Salvato, qual seja, o grande crescimento da demanda mundial por bens e serviços culturais, que resultou no aumento vertiginoso e expansão de alguns mercados culturais, como o fonográfico e o cinematográfico. O crescimento desses mercados, que foram acompanhados do crescimento e da desregulamentação de alguns mercados nacionais, como o mercado financeiro, ocorreu simultaneamente à profusão de um conjunto de novas tecnologias da informação e de uma infinidade de multimídias. O advento desses meios, aliado às novas convergências digitais que conferiram ao processo de *industrialização do simbólico* uma nova dinâmica, intensificou ainda mais os fluxos informacionais e comunicacionais em todo o mundo. Todos esses processos concorreram para engendrar a chamada *globalização cultural*, que levou autores como Jameson a falar em *explosão da cultura*, segundo o autor, a sensação de que a cultura estria em todos os lugares ao mesmo tempo (JAMESON, 2006).

O crescimento dos mercados culturais mundiais e a expansão dos fluxos simbólicos globais geraram a sensação generalizada de que o mundo estaria passando por um processo acelerado de homogeneização e padronização cultural (MATTELART, 2005). Essa sensação decorreu, em certa medida, das profundas assimetrias existentes entre os principais pólos de produção simbólica (Estados Unidos e União Européia), classificados como os centros exportadores de bens culturais, e os pólos de consumo (América Latina, África e Ásia), classificados como os centros de importação. A *globalização cultural* estaria, assim, potencializando as antigas e já profundas assimetrias da divisão internacional do trabalho cultural (YUDICE, 2005).

Mattelart destaca que surge um grande apelo global à *diversidade cultural* e uma luta encarniçada das *identidades* regionais em meio à *configuração da globalização cultural* (MATTELART, 2005). É em nome da preservação e promoção da diversidade e da *identidade cultural* que muitos estados nacionais e instituições transnacionais passaram a defender a elaboração e execução de novas políticas públicas de *cultura*. No entanto, como sustenta o próprio Mattelart, foi à consecução de uma rede global de defesa e promoção da *diversidade* e da *identidade* que produziu uma grande pressão junto aos governos nacionais

(sobretudo os governos dos chamados países em desenvolvimento) e organismos transnacionais (BID e UNESCO) no sentido de adotarem novas políticas culturais, que pudessem ressematizar e ressignificar um conjunto de conceitos, como o conceito de *exceção cultural* (MATTELART, 2005).

Em 1999, por exemplo, os países membros da União Européia substituíram o conceito de *exceção cultural* pelo conceito de *diversidade cultural*. O principal argumento para efetivação dessa mudança foi elaborado segundo a justificativa de que o conceito de *diversidade cultural* seria mais afirmativo, conotando uma posição menos defensiva, embora naquele momento oferecesse pouca segurança jurídica, visto que não havia ainda um marco jurídico legal no âmbito do direito europeu e do direito internacional. Seis anos mais tarde, em 2005, a União Européia, sob a liderança do Ministério da Cultura da França, lançou um programa de política cultural continental, assinado por 24 ministros europeus da cultura, com vistas a desenvolver um minucioso mapeamento cultural do continente, que possuía como objetivo central preservar e promover as diferenças culturais do continente, chamando atenção para as *identidades culturais locais* do mesmo. Essas ações, entre muitas outras em âmbito transcontinental e transnacional, conduziram a um novo universalismo, ancorado no grande valor atribuído à *diferença à diversidade cultural* (MATTELART, 2005).

O conceito de diversidade cultural não apenas se espalha e continua a inspirar políticas públicas atinentes às indústrias da cultura, mas sua audiência cresce desde o início do novo milênio mostra que ele as transcende e tende a se tornar uma referência maior na busca de um novo ordenamento do planeta. As agências do sistema das Nações Unidas trazem-no para sua ordem do dia. As associações profissionais e os movimentos sociais se mobilizam em seu nome (MATTELART, 2005).

Esses processos desencadearam a criação de um sem número de instituições culturais e políticas (organizações nacionais ligadas a entidades da sociedade civil, organizações não-governamentais, locais, nacionais e transacionais, entidades de artistas, produtores culturais e governos em geral) empenhadas na luta pela defesa e promoção da *identidade cultural e da diversidade cultural* em âmbito local, nacional e transacional, desdobrada na luta pela defesa e promoção de diversas formas de reconhecimento identitário, como a sexual, étnica e racial. Essa extensa rede de organizações levou, na passagem do século XX para o século XXI, à constituição de coalizões globais de luta em defesa e promoção da

identidade e da diversidade cultural espalhadas por todo mundo, inclusive no Brasil, cujo processo de constituição se sua coalizão teve início em 2001.

Segundo Jim Mckee⁹⁷, as coalizões globais são modelos organizacionais da sociedade civil. Elas agem no sentido de pressionar os governos nacionais para que adotem medidas de defesa e promoção da *identidade e da diversidade cultural*. Nesse sentido, o principal objetivo das coalizões é criar as condições políticas que assegurem o cumprimento de resoluções e convenções, além de outros documentos, estabelecidos pelo sistema ONU, em particular pela UNESCO. As coalizões possuem o caráter de observadoras permanentes no âmbito da UNESCO, sem, contudo, ter poder de voto, mas com grande força de sensibilização político-cultural. De acordo com Mckee, em 2006 havia mais de 30 coalizões, que representavam mais de 200 organizações de profissionais da cultura: técnicos, consultores, gerentes, empresários, produtores culturais, artistas (cantores, músicos, atores, bailarinos, arranjadores, entre muitos outros), gestores públicos e políticos (MCKEE, 2006).

Os apelos à *diversidade* e à promoção das *identidades locais* foram potencializados em territórios como a América Latina, contextualmente marcado por uma grande heterogeneidade de línguas, crenças, costumes e tradições. No continente latino-americano o temor generalizado de uma unificação cultural fez com que as organizações profissionais de cultura, em parceria com os movimentos sociais, assumissem a reivindicação de pressionar os governos locais e nacionais no sentido de realizar a defesa e promoção das *identidades* locais e regionais. Manuel Castells destaca que a luta latino-americana pelo direito à *diversidade cultural* deu ao tema da *identidade* naquele continente um poder extremamente mobilizador e politicamente muito eficaz (CASTELLS, 2000).

Não obstante, é preciso localizar com maior precisão empírica a montagem das coalizões globais pela *diversidade cultural* e pela *identidade*. Para tanto, é preciso situar o papel de agências transnacionais como a UNESCO, pois é em torno da mesma que essas coalizões ganharam operacionalidade política e densidade jurídica. A legitimação das reivindicações assumidas pelas coalizões globais passou também pelo crescimento da importância da área de cultura no interior da UNESCO. Por isso, o aspecto central a partir do qual essas coalizões globais produziram um novo universalismo global (MATTELART,

⁹⁷ Geraldo Moraes e Débora Peters (Org), *Diversidade cultural e a convenção da UNESCO*, 1º edição, Edição CBC (Congresso Brasileiro de Cinema), Coalizão Brasileira para Diversidade Cultural (CBDC) e Fundação Ford, Brasília, 2006.

2005) diz respeito às lutas simbólicas travadas no interior de determinados governos e de agências transnacionais como a UNESCO, que passou a criar mecanismos jurídicos capazes de definir instrumentos de proteção e promoção da *diversidade* e da *identidade*. Não obstante, a definição desses novos instrumentos jurídicos passou por severas guerras simbólicas em torno da definição mais adequada (de acordo com os interesses de governos, empresas, agências transnacionais e grupos culturais) das categorias de *diversidade*, *identidade*, *criatividade*, *cultura*, *desenvolvimento*, entre outras.

Essas lutas e disputas se cristalizaram com maior clareza por ocasião da votação da *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*, em 2001, no âmbito da UNESCO, e posteriormente, em 2005, quando da aprovação da *Convenção Sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Ambas as votações e seus respectivos textos são resultado de um longo processo de normatização, oficialização e dilatação do conceito de *cultura* no âmbito da UNESCO, desencadeado com maior vigor a partir dos anos setenta e recrudescido nos anos noventa do século passado a partir das demandas políticas, econômicas e simbólicas que surgiram nas últimas décadas do século XX. São exemplos desses processos de normatização e resposta às demandas aludidas as conferências de cultura realizadas pela UNESCO ao longo da década de setenta e oitenta, a saber, a EUROCULT, realizada em Helsinque, em 1972; a ASIACULT, realizada em Jacarta, em 1973; a AFRICACULT, realizada em Accra; a AMERICACULT, realizada em Bogotá, em 1978 e ARABIACULT, realizada em Bagdá, em 1981, todas culminando na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais (MUNDIALCULT), realizada na Cidade do México, em 1982, e atualizada na Conferência de Estocolmo sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento, em 1988.

Todas essas ações coordenadas pela UNESCO tiveram como efeito prático a dilatação do conceito de *cultura*. Essa dilatação permitiu que o conceito de *cultura* e sua temática penetrassem o conceito e a temática do *desenvolvimento*. Essa dilatação, assim como a interpenetração entre os conceitos de *cultura* e *desenvolvimento*, é evidenciada nos dois documentos de maior relevância publicados pela UNESCO, as duas convenções promulgadas nesta década: a *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio cultural Imaterial*, aprovada em 2003, e a *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, em 2005.

Embora a Convenção sobre a *diversidade* cultural tenha seu texto base, ou seja, sua declaração apresentada antes da *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial*, seu processo de votação e apresentação só foi concluído quatro anos mais tarde, em 2005. No dia 20 de outubro de 2005, durante a 33ª Conferência Geral da UNESCO, os estados membros decidiram, com 148 votos a favor e apenas 2 votos contra, adotar a Convenção proposta para a *Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Embora o texto da convenção tenha sido rejeitado por apenas dois países, foram votos bastante significativos, pois trataram-se dos votos dos Estados Unidos e Israel. Segundo esses países, a aprovação do texto da convenção nas bases em que se apresentava poderia incentivar, em vez de atenuar, algumas formas de nacionalismos violentos e fundamentalismos étnico-religiosos. Esses países, notadamente os Estados Unidos, quando da votação e aprovação da convenção viviam os desdobramentos políticos do episódio bélico de 11 de setembro de 2001.

Para Robert Pilon⁹⁸, a Convenção significou, de maneira clara, pela primeira vez no âmbito do direito internacional, o reconhecimento, através de uma convenção ou tratado internacional, da natureza distinta dos bens e serviços culturais (PILON, 2006). O texto da *Declaração Universal sobre a Diversidade* foi aprovado, em 2001, por unanimidade. Esse texto tornou-se o documento preparatório para a realização e aprovação da Convenção, em 2005. A partir da aprovação do texto da declaração a grande maioria dos estados membros defendiam a aprovação da convenção com força jurídica de um tratado internacional, em uma instância jurídica com poder suficiente para fazer cumprir a convenção. A convenção aprovada se tornou um instrumento jurídico de caráter internacional, com força de lei internacional, que cria compromissos, direitos e deveres. Ao contrário de outros instrumentos jurídicos, como, por exemplo, as declarações e recomendações, que são instrumentos destinados à disseminação de idéias e valores, a convenção tem força de lei, pois cria, além do compromisso de cumprimento entre os países signatários, o compromisso de difusão e promoção. A convenção é considerada o instrumento jurídico mais poderoso e com maior eficácia jurídica no âmbito de um organismo transnacional (MACHADO, 2008).

⁹⁸ Geraldo Moraes e Débora Peters (ORG), *Diversidade cultural e a convenção da UNESCO*. 1ª edição, editora CBC (Congresso Brasileiro de Cinema), em parceria com a Coalizão Brasileira para Diversidade Cultural (CBDC) e Fundação Ford, Brasília, 2006.

Segundo Jurema Machado⁹⁹, a *Convenção para Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais* marca a consolidação de um conjunto de instrumentos jurídicos produzidos pela UNESCO desde os anos setenta. O que atesta que entre as áreas de atuação e competência da organização a *cultura* é a que apresenta o maior número de regulamentações e dispositivos normativos. São sete convenções que, a partir de sete campos distintos, estão atravessadas pelo tema da *diversidade* como um eixo transversal e um valor universal (MACHADO, 2008). A coordenadora de cultura da UNESCO no Brasil destaca ainda que as demais convenções, como a *Convenção Para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial* (2003), complementam a *Convenção Para Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, 2005. “Basta dizer que o sentido da preservação do patrimônio, seja material ou imaterial, não é outra senão preservar, proteger e promover a diversidade de registros materiais e imateriais da cultura” (MACHADO, 2008).

Percorrendo o texto da Convenção sobre a *diversidade* é possível verificar que há uma busca constante por um equilíbrio mínimo entre os direitos e as obrigações estabelecidas entre os países signatários. Machado defende que a Convenção não pode ser apenas um dispositivo para que os países signatários se valham de um recurso ético e jurídico destinado à proteção de seus mercados culturais, mas também que assumam o compromisso de implementação de políticas culturais regionais, e, assim, assumam o compromisso de respeito para com a *diversidade* interna de suas próprias fronteiras, fomentando políticas culturais nesse sentido. Para tanto, assinala Machado, cabe principalmente aos países em *desenvolvimento*, que são aqueles que apresentam maior *diversidade cultural*, como o Brasil, um papel de destaque, sobretudo no que diz respeito a relação entre *cultura e desenvolvimento* no interior desses países.

Machado assevera que o núcleo da relação entre *cultura e desenvolvimento* em países como o Brasil passa, necessariamente, pelo tenso equilíbrio entre *diversidade cultural* e desigualdade social. Para a consolidação e efetivação da *diversidade* como um direito, as políticas culturais desenvolvidas por governos de países como o Brasil, com profundas desigualdades sociais, que comprometem, portanto, o acesso e expansão da *diversidade*, as relações entre *cultura e desenvolvimento* devem ser complementares. As observações de Machado podem ser sintetizadas nos seguintes termos: como manter e promover a grande

⁹⁹ Coordenadora da área de cultura da UNESCO no Brasil.

diversidade cultural de países como o Brasil diante das profundas desigualdades sociais? Em outros termos: como conciliar *diversidade cultural*, que é tratada no texto da própria convenção como o grande patrimônio da humanidade, com o *desenvolvimento* material, que passa pela expansão dos mercados culturais, regionais, nacionais e transnacionais, e, por conseguinte, pelo consumo simbólico, tão relevante para a geração de trabalho, emprego e renda, aspectos estes diretamente ligados à redução das desigualdades sociais? Falando especificamente do Brasil, Machado assevera:

Há uma participação muito relevante dos municípios no financiamento da cultura, ou seja, nos investimentos e na manutenção, especialmente dos equipamentos culturais. Mais de 51% dos investimentos em cultura vêm dos municípios, o que nos leva a reforçar o princípio de que uma política da diversidade deve valorizar muito o local, cujo representante mais direto é o município (...). Concluído, diria que para que o país, de fato, de consequência prática a todas as teses em defesa da diversidade, dois aspectos me parecem fundamentais: incluir uma abordagem que privilegie o nível local, ou seja, as cidades, no âmbito das políticas culturais, bem como ter sempre em mente que estaremos, ainda por muito tempo, lidando com a produção da diversidade em um país que culturalmente diverso, mas é, sobretudo, socialmente desigual (MACHADO, 2008, p.29).

Um dos aspectos destacados por Machado, o número significativo de convenções e instrumentos jurídicos na área da *cultura* no âmbito da UNESCO, atesta o elevado grau de preocupação normativa com o tema da cultura. Esse aspecto, no entanto, está acompanhado de dissensões quanto à definição de conceitos centrais presentes nas convenções e demais instrumento jurídico, como *diversidade*, *patrimônio imaterial*, *identidade*, *cultura e desenvolvimento*. Essas dissensões são resultado de verdadeiras guerras simbólicas, guiadas por operações discursivas e interesses que formam novas *formações discursivas* (FOCAULT, 1986). A atuação do Brasil e de suas elites dirigentes à frente do Ministério da Cultura nos últimos anos expressa bem essas guerras simbólicas.

Gisele Dupin¹⁰⁰ (servidora da Funarte e assessora da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural – SID|MINC) sustenta que o Brasil foi um dos países membros da UNESCO que mais se destacaram na aprovação da *Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. De acordo com Dupin, o Brasil foi decisivo, entre outros aspectos, para a alteração do nome da convenção. Após a

¹⁰⁰ Gisele Dupin, *O governo brasileiro e a diversidade cultural*, in: *Diversidade cultural: da proteção à promoção*, José Mauricio de Barros (Org), 1º edição, editora autêntica e Observatório da Diversidade Cultural, Brasília, 2008.

Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural, decidiu-se, no âmbito da UNESCO e dos grupos de pressão em torno da mesma, que a declaração seria convertida em uma convenção. Em 2003, durante a Conferência Geral daquele ano, a convenção assumiu o título de *Convenção Internacional para Preservação da Identidade Cultural*. Durante a Conferência de 2004, a convenção passou a ser denominada de *Convenção para a Proteção da Diversidade dos Conteúdos e das Expressões Artísticas*. Por sugestão do Brasil, a convenção passou a se chamar, durante a Conferência Geral de 2005, *Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Segundo Dupin, o governo brasileiro entendeu que o título anterior da convenção exprimia uma dicotomia discriminatória entre a *cultura popular* e a *cultura erudita* (DUPIN, 2008).

A assessora da SID enfatiza que o Ministério da Cultura do Brasil foi uma liderança significativa na organização da rede internacional de políticas culturais, que reúne os ministérios da cultura de mais de cinquenta países. Tal rede foi uma voz de grande relevo no processo de formação e aprovação da convenção sobre a *diversidade*, e também integrou as coalizões mundiais destacadas por Mckee. Com efeito, diante desse envolvimento, assinala Dupin, o governo brasileiro criou, em 2003, a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural¹⁰¹, como experiência inédita em âmbito mundial, como um órgão do Ministério da Cultura de Estado incumbido de fomentar políticas no sentido de proteger e promover a *diversidade cultural brasileira* (DUPIN, 2008).

A assessora da SID assinala que a principal atribuição da Secretaria da Identidade e da Diversidade é subsidiar a Secretaria de Políticas Culturais no processo de formulação das políticas culturais do Ministério da Cultura. A rigor, esses subsídios têm ocorrido no sentido de promover a *diversidade* a partir da inclusão de segmentos culturais antes excluídos das políticas oficiais, como os povos ciganos, as etnias indígenas, os grupos de cultura GLBT (gays, lésbicas, bissexuais e travestis) e as *culturas populares*. “É impressionante a diversidade de agrupamentos culturais existentes no país, que se auto-identificam e que já estão organizados. Felizmente agora já existe uma identificação e uma

¹⁰¹ A SID foi presidida, de 2003 a 2008, pelo ator paulista Sérgio Mamberti, um dos intelectuais-artistas que mais atuaram junto aos grupos e organizações político-culturais dos anos sessenta, como o grupo de teatro Oficina e os Centros Populares de Cultura (CPCs) da União Nacional dos Estudantes (UNE), sendo, pois, um personagem dileto daquilo que Ridenti nomeou de *estrutura de sentimentos da brasilidade romântico-revolucionária*. Em outubro de 2008 Mamberti assumiu a presidência da Fundação Nacional de Arte (FUNARTE).

preocupação em reconhecer e promover essa diversidade cultural que nós conhecemos tão pouco em nosso próprio país” (DUPING, 2008, pg. 42).

Os escritos de Dupin são reveladores. O envolvimento decisivo do governo brasileiro, através do Ministério da Cultura, no processo de aprovação da convenção sobre a diversidade se dá a partir de dois interesses convergentes: a necessidade peremptória de incorporar na estrutura da administração cultural, o valor universalista e universalizante da *diversidade cultural*; o interesse de inserir o tema da *diversidade* no espectro maior das políticas culturais para as *culturas populares* e, por fim, o desejo de liderar um processo de formação discursiva que passa pela formação e consolidação de novas *categorias nativas*, como *indústrias da criatividade*, *diversidade cultural*, *patrimônio imaterial*, entre outras.

O primeiro interesse se cristalizou a partir da necessidade política dos dirigentes do Ministério da Cultura de legitimar suas ações junto às chamadas minorias culturais, que formam segmentos importantes no processo político que levou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva às vitórias eleitorais de 2002 e 2006, e que se constituem como importantes grupos de pressão político-cultural. Já o segundo interesse diz respeito ao objetivo de conceder primazia às chamadas *culturas populares*, considerada pelos dirigentes do Ministério da Cultura a grande fonte e repositório da *diversidade cultural* brasileira (MINC, 2006).

Essa primazia possui duas entradas principais: a primeira no sentido de fomentar ações e programas para as *culturas populares* com vistas a inseri-las no panorama geral das relações entre *cultura e desenvolvimento*, escavando determinados mercados capazes de criar trabalho, emprego e renda para produtores, artistas, técnicos trabalhadores da cultura ligados às chamadas *culturas populares*. Por isso, o Ministério da Cultura sugeriu a mudança no título da convenção sobre a diversidade, alegando uma oposição entre *popular e erudito*. O objetivo seria desfazer no título da convenção qualquer alusão a essa oposição, o que permitiria ao órgão lançar-mão de um tratado internacional como justificativa para desenvolver ações voltadas às *expressões artísticas populares*. Ações que, entre outros aspectos, vêem a *cultura popular* como produtora de bens e serviços simbólicos para determinados mercados culturais, sedimentando o entendimento de que a *diversidade*, além de ser um fator de riqueza simbólica, pode ser também um fator de riqueza material.

A segunda entrada aludida acima decorre também do fato de que o apreço à *cultura popular*, revelado em ações e programas em diferentes órgãos da administração cultural,

legitima o Ministério da Cultura frente a importantes segmentos artístico-intelectuais, que vêm na *cultura popular* o núcleo mais candente e representativo da *identidade nacional* (MINC, 2006). Essa legitimação passa pelo reforço do entendimento de que a *cultura popular* reúne as formas mais “autênticas” das expressões e manifestações da *identidade cultural* de uma dada coletividade. Tal entendimento foi retomado e atualizado dentro do ambiente de emergência da *globalização cultural*, que deu origem a um novo universalismo contemporâneo, ancorado em um grande apelo global à *diversidade* (MATTELART, 2005).

Esse entendimento revela, por seu turno, que a *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, e ainda mais a *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial*, são normas e tratados informados por um conceito de *cultura popular* produzido pelas elites intelectuais e científicas latino-americanas, que entendem a *cultura popular*, como se viu no caso brasileiro, como as *expressões e criações* estéticas e artísticas de uma determinada coletividade. São essas expressões, os demarcadores da *identidade*, que devem ser objeto de proteção e promoção, pois guardam e produzem a *diversidade cultural*, considerada o grande patrimônio da humanidade (UNESCO, 2005).

Para Mattelart o tema da *diversidade cultural* vem sendo também filtrado e associado a partir do registro da *diversidade* biológica. Ao longo dos anos noventa os tema da *diversidade cultural* e natural-biológica passaram a integrar o mesmo repertório discursivo acionado e manejado pela UNESCO. A aproximação dessas grades temáticas aparece, por exemplo, na *Conferência Intergovernamental sobre Políticas Cultural para o Desenvolvimento, realizada em Estocolmo, em 1988, onde a organização defende um equilíbrio entre os ecossistemas culturais tal qual ocorre entre os ecossistemas naturais*. Na Conferência Geral que promulgou a *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*, em 2001, a UNESCO declarou ser a *diversidade cultural* tão vital para o gênero humano quanto a biodiversidade na ordem dos seres vivos (UNESCO, 2003).

O conceito de diversidade cultural entrou na UNESCO pela porta da frente. É a conclusão de um processo que surgiu no limiar da primeira crise do petróleo e da constatação da falência das estratégias de modernização/ desenvolvimento. Em 1972, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, em Estocolmo, associa o tema da defesa da biodiversidade ao da diversidade cultural, todas duas realidades ameaçadas pelas lógicas predatórias e desiguais do modelo de crescimento ocidental, impulsionado pelo

consumo excessivo de recursos naturais como bens materiais (MATTELART, 2005, p. 104).

Esse movimento de aproximação semântica entre essas duas ordens de *diversidade* pode ser melhor compreendido a partir da chave geral em que o tema da *diversidade* é inscrito, qual seja, a progressiva inserção do tema das *culturas populares e tradicionais* nas publicações, conferências, recomendações e convenções da UNESCO. No decurso dos anos oitenta, a organização sedimentou o entendimento de que as *culturas tradicionais e populares* representavam o elo mais frágil face aos processos predatórios destacados antes por Mattelart (UNESCO, 1989).

Um dos pontos de justificação que abre a *Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular*, publicada durante a 25ª Conferência Geral da UNESCO, em 1989, diz o seguinte: “Reconhecendo a extrema fragilidade de certas formas de cultura tradicional e popular e, particularmente, de seus aspectos correspondentes à tradição oral, bem como o perigo de que esses aspectos se percam” (UNESCO, 1989). Os dois pontos subsequentes de justificação seguem a mesma direção: “Destacando a necessidade de reconhecer a função da *cultura tradicional e popular* em todos os países, e o perigo que corre em face de outros múltiplos fatores; considerando que os governos deveriam desempenhar papel decisivo na salvaguarda da *cultura tradicional e popular* e atuar o quanto antes” (UNESCO, 1989). O temor quanto ao desaparecimento da *cultura popular* aparece de maneira mais clara nos parágrafos que tratam da salvaguarda e difusão da mesma.

A conservação se refere a proteção das tradições vinculadas à cultura tradicional e popular de seus portadores, segundo o entendimento de que cada povo tem direitos sobre sua cultura e de que sua adesão a essa cultura pode perder o vigor sob a influência da cultura industrializada difundida pelos meios de comunicação de massa. Por isso, é necessário adotar medidas para garantir do Estado o apoio econômico das tradições vinculadas à cultura tradicional e popular, tanto no interior das comunidades que as produzem quanto fora delas (...) Deve-se sensibilizar a população para a importância da cultura tradicional e popular como elemento da identidade cultural. Para que se tome consciência do valor da cultura tradicional e popular e da necessidade de conservá-la, é essencial proceder a uma ampla difusão dos elementos que constituem esse patrimônio cultural. Numa difusão desse tipo, contudo, deve-se evitar toda deformação a fim de salvaguardar a integridade das tradições (UNESCO, 1989).

A *Recomendação para a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular* não tem poder de lei e eficácia jurídica no âmbito do direito internacional, cumpriu, no entanto, a

função de instrumento de disseminação de idéias e valores. Como tal, tanto as medidas de sensibilização presente no texto, quanto o conceito de *cultura tradicional e popular* definido na recomendação da UNESCO de 1989 informaram sobremaneira as duas convenções da UNESCO assinadas pelos países membros nesta década. A *Recomendação para Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular* define a *cultura tradicional e popular* nos seguintes termos:

A cultura tradicional e popular é um conjunto de criações que emanam de uma comunidade cultural fundada na tradição, expressas por um grupo ou por indivíduos e que reconhecidamente respondem às expectativas da comunidade enquanto expressão de sua identidade cultural e social; as normas e os valores se transmitem oralmente, por imitação ou de outras maneiras. Suas formas compreendem, entre outras, as línguas, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, o artesanato, a arquitetura e outras artes (UNESCO, 1989).

A definição acima abriga dois registros conceituais, ambos incorporados e atualizados nas duas convenções celebradas pela UNESCO nesta década. O primeiro registro conceitual aproxima-se bastante da definição antropológica de *cultura*, ou seja, a *cultura* como uma totalidade de normas, valores, crenças e *tradições* de uma determinada coletividade, que porta uma *identidade* específica. Esse registro aparece na primeira parte da definição acima, até o primeiro ponto de continuação. Já o segundo registro, aparece a partir do ponto de continuação. Opera segundo uma definição de *cultura popular* bastante próxima àquela produzida pelos grupos político-culturais de intelectuais-artistas brasileiros durante os anos cinquenta e sessenta, que, como se viu, construíram uma espécie de estatuto social da “pureza” e da “autenticidade”, e que de resto aparece entre as elites intelectuais e artísticas latino-americanas. Tal registro confere ênfase às formas de *expressão e manifestações* artístico-estéticas de uma determinada coletividade, como a própria definição da UNESCO apresenta: “suas formas compreendem, entre outras, a linguagem, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, o artesanato, a arquitetura e outras artes” (UNESCO, 1989).

Nota-se que a definição, levando-se em conta os dois registros destacados, não incorpora, tal qual como ocorre nos Estados Unidos, Inglaterra e alguns países da Europa, os chamados meios de comunicação de massa, que integram as chamadas *indústrias culturais*, nem tampouco as novas tecnologias digitais. De um modo geral, as declarações, convenções e recomendações sobre a *diversidade cultural, o patrimônio cultural imaterial*

e as *culturas tradicionais e populares* abrigam, cada um a sua maneira, um certo desconforto e uma dificuldade de compatibilizar os conteúdos e *expressões* das chamadas *culturas tradicionais e populares* com as novas tecnologias digitais de comunicação e informação.

Todos esses documentos, refletindo as demandas e os interesses dos grupos político-culturais de pressão, buscam fugir do conceito “restrito” de cultura baseado nas chamadas artes eruditas, e, por outro lado, buscam salvaguardar a *diversidade*, a cultura *tradicional e popular* e o *patrimônio imaterial* das chamadas *indústrias culturais* e dos efeitos de massificação atribuídos a essas últimas. Esse difícil equilíbrio engendrou toda sorte de remanejamentos conceituais e práticas discursivas no ambiente da UNESCO e, por conseguinte, engendrou uma série de tensões. A rigor, essas tensões são resultado das lutas pela definição mais legítima do significado de *cultura tradicional e popular, de patrimônio cultural imaterial e de diversidade cultural*.

Entende-se por patrimônio cultural imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhe são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos, reconhecem como parte integrante do seu patrimônio imaterial. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado por grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e a criatividade humana. O patrimônio imaterial, como foi definido acima, se manifesta nos seguintes campos: a) tradições e expressões orais; incluindo o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial; b) expressões artísticas; c) práticas sociais, ritos e atos festivos; d) conhecimentos e práticas relacionadas a natureza e ao universo; e) técnicas artesanais tradicionais (UNESCO, 2003).

A definição acima consta no 2º artigo da *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial* da UNESCO, celebrada em 2003. A definição é bastante ampla, mas novamente os dois registros destacados antes aparecem, com uma ênfase no registro que vê a *cultura tradicional e popular* a partir da lente das *criações, expressões e manifestações artístico-estéticas* de uma determinada coletividade. Os campos em que se manifesta o patrimônio cultural imaterial deixa a ênfase nesse registro bastante evidente: expressões artísticas; práticas sociais, rituais e atos festivos; conhecimentos e práticas relacionadas à natureza e ao universo; técnicas artesanais tradicionais. Ou seja, bastante semelhante a segunda parte da definição de *cultura tradicional e popular* presente na *Recomendação*

para Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular, de 1989. No entanto, cumpre perguntar em que medida as categorias de *cultura popular* e *patrimônio imaterial* são equivalentes e intercambiáveis no ambiente da UNESCO e nas políticas culturais adotadas em países como o Brasil.

Uma pista para se perceber como essas categorias tornaram-se intercambiáveis e assumiram efeitos práticos bem próximos no âmbito das práticas discursivas da UNESCO vem dos próprios documentos e atos jurídicos da organização. Em 2001 foi publicada pela UNESCO a Lista de *Obras Primas do Patrimônio Oral e Intangível da Humanidade*. Os critérios de inclusão na lista, de acordo com o Conselho Consultivo da UNESCO, seguem as justificativas de que os bens que figuram na lista possuem uma “expressão cultural tradicional e popular de excepcional valor do ponto de vista histórico, artístico, etnológico, antropológico, lingüístico ou literário” (UNESCO, 2001). 85% dos bens contemplados na lista foram inscritos de acordo com esses critérios e pertencem as chamadas *culturas tradicionais e populares* dos continentes asiático, africano e latino-americano.

A lista, no entanto, foi constituída a partir da criação no âmbito da UNESCO de um programa de valorização dos chamados *mestres de arte*, considerados os grandes portadores dos saberes, dos fazeres, das memórias orais, das celebrações, entre outras (UNESCO, 2001). O programa foi intitulado pela organização, em 1996, de *Tesouros Humanos Vivos da Humanidade*. Seguindo as recomendações do Conselho Consultivo da organização, no decurso dos anos noventa alguns países membro passaram a implementar ações no sentido de assegurar aos chamados mestres de arte as condições de transmissão do acervo de saberes e fazeres às novas gerações (UNESCO, 1996). Buscando sistematizar uma linha de ação nessa seara, ainda em 1993 o Conselho Consultivo da UNESCO definiu o *patrimônio cultural imaterial* ou *intangível* nos seguintes termos:

O conjunto das manifestações culturais, tradicionais e populares, ou seja, as criações coletivas, emanadas de uma coletividade, fundadas sobre a tradição. Elas são transmitidas oral e gestualmente, e modificadas através do tempo por um processo de recriação coletiva. Integram esta modalidade de patrimônio as línguas, as tradições orais, os costumes, a música, a dança, os ritos, os festivais, a medicina tradicional, as artes da mesa e o saber fazer dos artesanatos e das arquiteturas tradicionais (UNESCO, 1993).

Pode-se notar que o conceito acima cunhado pelo Conselho Consultivo da UNESCO em 1993 é bastante semelhante ao segundo registro conceitual destacado antes na definição de

cultura tradicional e popular presente na *Recomendação para Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular*, de 1989, assim como é bastante próxima ao segundo registro conceitual contido na definição do *patrimônio cultural imaterial*, presente na *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial*, de 2003. Salta aos olhos, em todas esses documentos e suas definições de *cultura popular e patrimônio imaterial* a presença da noção de *tradição*. Na definição acima a referência à noção de *tradição* aparece simplesmente cinco vezes. Talvez seja através da noção de *tradição*, sua carga ética e valorativa, que as categorias de *cultura popular e patrimônio imaterial* vem assumindo formas de equivalências.

Muitos autores buscam explorar as aproximações entre as categorias de *cultura popular e patrimônio imaterial* a partir da constituição dos diferentes olhares intelectuais-científicos e dos lugares institucionais de fala em que esses olhares são engendrados e institucionalizados. Isabela Tamaso produz uma síntese bastante elucidativa acerca dessas aproximações. Buscando entender as implicações epistemológicas e profissionais para a antropologia e para os antropólogos diante da institucionalização do *patrimônio cultural imaterial* e de sua conversão em objeto de direito internacional, Tamaso destaca:

Uma diferença há e não é de objeto, mas sim epistemológica. Transforma-se o modo como se olha para o objeto. Manifestações culturais (danças, músicas, poesia, crença, expressões, técnicas, etc), olhadas por folcloristas são “folclore”, “fato folclórico”, “manifestação folclórica”. Aos olhos dos antropólogos, são cultura e/ou cultura popular. Atualmente a tendência de ambos é de percebê-los como patrimônio; ao menos pelo fato de que, aos serem potencialmente bens patrimoniais ampliam as possibilidades profissionais de ambos (TAMASO, 2006, p.11).

Outros autores, como Marina Mello e Souza, Sandra Pelegrini e Pedro Paulo Funari¹⁰² compartilham das observações de Tamaso. Círcia Londres¹⁰³ assinala que a dilatação na noção de patrimônio dependeu fundamentalmente de uma aproximação, iniciada no Brasil nos anos setenta, entre antropologia e as políticas culturais, notadamente nas áreas de *patrimônio e cultura popular* (LONDRES, 2003, pg. 20). Acerca das relações entre o Brasil e a UNESCO por ocasião da consecução da convenção do *patrimônio imaterial* e da

¹⁰² Sandra C. A. Pelegrini e Pedro Paulo Funari, *O que é patrimônio cultural imaterial*. 1º edição, editora brasiliense, São Paulo, 2008, p.54.

¹⁰³ Cecília Londres, *Patrimônio e performance: uma relação interessante*, in: *Patrimônio imaterial, performance cultural e (re) tradicionalização*, João Gabriel Lima Cruz Teixeira, Marcos Vinícius Carvalho Garcia e Rita Gusmão (Org.), 1º edição, editora UnB, Brasília, 2004, p. 20.

definição de *patrimônio cultural imaterial*, o representante da UNESCO no Brasil, Vincent Defourny, sustenta: “pode se dizer que a sintonia de ordem conceitual entre as posições da UNESCO e as posições do Brasil neste campo é tão fina, que a experiência brasileira passa a ser destacada no âmbito do processo de elaboração da própria convenção, que incorpora seus princípios gerais” (DEFOURNY, 2008, p.7). Marina Mello e Souza¹⁰⁴ observa que os bens registrados no Brasil e em outras partes do mundo sob a rubrica de *patrimônio cultural imaterial* tem sido feito a partir daquilo que é considerado como *tradicional*, e reputado como representativo das identidades nacionais e/ou regionais pelos grupos político-culturais ocupados com o tema do *patrimônio cultural imaterial* (SOUZA, 2001). Assim, na mesma direção de Tamasso Souza indaga:

Nesse conjunto de manifestações, cabem aquelas realizadas pelas classes dominantes, ligadas a chamada cultura erudita, ou apenas as produzidas pelas camadas populares? Cabem as inovações contemporâneas, o *rap*, o artesanato de material industrial reciclado, o resultado de intervenções eruditas junto a grupos populares, ou apenas aquilo que se liga a tradições reconhecidas enquanto tal, seja pela longevidade, seja pela sólida aceitação dentro do grupo que a realiza? Não sei se por causa do viés da minha formação, mas, no meu entender o que hoje se chama de patrimônio imaterial é o que há vinte anos chamávamos de cultura popular. De qualquer forma, é dentro dessa perspectiva que venho abordando a questão (SOUZA, 2001, pg. 142).

Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcante¹⁰⁵ assinala que o conceito de *patrimônio cultural imaterial* no Brasil é dotado de um forte viés antropológico, abarcando potencialmente as expressões de todos os grupos e camadas sociais, mas verifica-se no país a tendência de seu entendimento e sua aplicação aos ricos universos das *culturas tradicionais populares* e indignas (CAVALCANTI, 2008, pg.12). Nesse sentido, atestando as filiações e semelhanças entre as categorias de *patrimônio cultural imaterial* e *cultura tradicional e popular* no Brasil, Cavalcanti destaca:

As expressões *patrimônio cultural intangível*, ou mesmo *cultura tradicional e popular* e *patrimônio oral* recobrem muitas vezes o mesmo universo de significados acima mencionados. O Ministério da Cultura e o IPHAN optaram pela expressão patrimônio cultural imaterial, tendo por fundamento o artigo 216 da Constituição Federal de 1988. Alertando, entretanto, para a falsa dicotomia sugerida por essa expressão entre as dimensões materiais e imateriais do

¹⁰⁴ Marina Mello e Souza, *Patrimônio imaterial, turismo cultural e identidade nacional: uma tentativa de refletir acerca de Parati*, in: *Patrimônio imaterial. 1º edição, editora Tempo brasileiro, Rio de Janeiro, 2001, p.142.*

¹⁰⁵ Maria Laura Viveiro de Castro Cavalcanti e Maria Cecília Londres Fonseca, *Patrimônio Imaterial no Brasil: legislação e políticas estaduais. 1º edição, UNESCO, Brasília, 2008, p. 13.*

patrimônio. As Dimensões materiais e imateriais são conceitualmente entendidas como complementares (CAVALANTI, 2008, pg. 13).

Chancelando as indagações e observações dos autores mobilizados no Brasil, por exemplo, as primeiras ações dirigidas ao registro dos bens considerados *patrimônio cultural imaterial*, efetivadas a partir da instituição do Decreto nº 3.551/00, que também instituiu o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI), foram realizadas e coordenadas pelo Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP). Em 2005 a *Revista Encontros e estudos*, publicação periódica do centro, trouxe no seu sexto volume¹⁰⁶ um balanço sobre as ações de registro do *patrimônio imaterial*. Na publicação, intitulada *Registro e Políticas de Salvaguarda para as Culturas Populares*, os pesquisadores do centro analisam e descrevem os registros realizados pela instituição, como o ofício das paneleiras de Goiabeiras, no Espírito Santos; o Círio de Nazaré, em Belém, no Pará; o Samba de Roda, na Bahia; o ofício das baianas de Acarajé, também na Bahia e a viola-de-cocho, no Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Esses bens foram inventariados e registrados no âmbito da PNPI a partir da experiência piloto coordenada pelo CNFC de 2001 a 2006, período em que vigorou o projeto *Celebrações e Saberes da Cultura Popular* (CNFCP|IPHAN, 2006).

Esse emaranhado de formações conceituais, que compõe uma verdadeira rede semântica, são manejados e remanejados, promovendo aproximações e distanciamentos. Por exemplo, embora o movimento folclórico, como se viu antes, constitua um vetor decisivo de formação das políticas culturais públicas para as chamadas *culturas populares* no Brasil, o termo|categoria *folclore* sofreu um deslocamento significativo, quase uma anulação. A categoria, por exemplo, não aparece nas justificações e formulações do *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI|IPHAN). Uma das pistas para se compreender esse processo de deslocamento e|ou limpeza semântica está no trabalho de Vilhena, notadamente no que diz respeito às lutas institucionais e profissionais envolvendo os pesquisadores folcloristas e os cientistas sociais (VILHENA, 1997).

Sydnei¹⁰⁷ Limeira Sanches assinala que o termo *folclore* não é bem aceito pelos organismos transnacionais, por isso o termo|categoria não aparece no texto das

¹⁰⁶ *Série Encontros e estudos, Registro e políticas de salvaguarda para as culturas populares*. 1º edição, volume 6, Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), 2005.

¹⁰⁷ Sidney de Limeira Sanches, *Patrimônio cultural imaterial e direito autoral*. Trabalho de especialização apresentado junto a Fundação Getúlio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, dezembro de 2007.

convenções, é entendido como algo menor ou pejorativo. “Por conta de tal resistência a UNESCO vem abandonando a expressão “folclore” em favor do termo “patrimônio cultural imaterial”. O mesmo acontece com a OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) que vem adotando o termo “expressões culturais tradicionais” em substituição ao “folclore”(SANCHES, 2008, P.57).

Importa acentuar, contudo, como se mencionou antes, que tanto a categoria de *cultura popular* como a categoria de *patrimônio imaterial* devem seu poder de significação e o próprio movimento mútuo de aproximação à maneira como são utilizadas e manejadas por governos nacionais e organizações transnacionais para justificar as políticas culturais contemporâneas. O um dos grandes elos de aproximação entre a categoria de *cultura popular* e *patrimônio cultural imaterial* é fornecido, como se viu, pela presença discursiva e valorativa da categoria de *tradição*. Não obstante, todas essas categorias formam um repertório discursivo, manejado e remanejado a partir do apelo global à *diversidade* (MATTELART, 2005).

Mais do que um tema, a *diversidade* passou a ser um valor mobilizador, capaz de catalizar grupos político-culturais em todo o mundo, como as coalizões globais destacadas por Mckee e as organizações citadas por Mattelart. *Cultura popular e patrimônio imaterial* passaram a figurar, tanto nos documentos e tratados internacionais quanto nos relatórios de avaliação e gestão das políticas culturais nacionais, como as principais fontes da diversidade cultural. Essas categorias|valores (*cultura popular, patrimônio imaterial e tradição*) tornaram-se, por um lado, recursos para se falar e justificar o tema|valor da *diversidade*, por outro, converteram-se em objeto de proteção e promoção, necessários à manutenção e expansão da *diversidade* (UNESCO, 2005). Logo no segundo ponto de justificação da *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial* aparece a seguinte justificativa:

Considerando a importância do patrimônio imaterial cultural como fonte da diversidade cultural e garantia de desenvolvimento sustentável, conforme destacado na Recomendação da UNESCO sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular, de 1989, como na Declaração Universal da UNESCO sobre a diversidade Cultural, de 2001, e na Declaração de Istambul, de 2002, aprovada pela Terceira Mesa Redonda de Ministros da Cultura (UNESCO, 2003).

Boa parte a malha conceitual, discursiva e jurídica apresentada até aqui foi tecida tendo em vista os interesses das elites intelectuais-científicas nacionais e transnacionais

incumbidas de interpretar os processos sociais contemporâneos (sobretudo a produção simbólico-cultural) e confeccionar soluções ou medidas que possam dirimir as muitas tensões e antagonismos. Com efeito, boa parte dessas operações discursivas foram feitas no sentido de acomodar as antigas antinomias existentes entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*. Ao fazê-los, agências transacionais, como a UNESCO, e os governos nacionais, como o governo brasileiro (ambos pressionados por uma multiplicidade de organizações e grupos político-culturais globais), produziram uma dilatação significativa na categoria *cultura*, que, por seu turno, produziu também uma dilatação na categoria de *desenvolvimento*.

O conceito ampliado de cultura inclui ainda a problemática do uso do tempo livre e do desenvolvimento da criatividade, portanto, da necessidade, da educação artística do grande público, assim como da redescoberta do conteúdo cultural da educação. Inclui também aspectos mercadológicos inerentes ao turismo cultural, enfatizando sua importância para o intercâmbio cultural, o conhecimento das culturas e a valorização da cooperação cultural internacional. Segundo esse conceito, todos os indivíduos e povos constituem-se na força criadora e fundante da cultura. Esta, por sua vez, abarca, ao mesmo tempo, a aquisição de conhecimento e a exigência de um modo de viver e ser consigo mesmo, com os outros e com a natureza. (EVANGELISTA, 2003, p. 97)

Essas observações não significam, contudo, que as elites intelectuais-científicas mencionadas tenham produzido essas categorias e suas aproximações teóricas e semânticas a partir de um cálculo, movido por um objetivo definido e pela intencionalidade de um agente social. Antes o contrário, esses objetivos foram surgindo à medida que pressões políticas ganharam legitimidade global e categorias que sintetizam valores coletivos - como *cultura tradicional e popular, patrimônio cultural imaterial e diversidade cultural* - converteram-se em dispositivos jurídicos internacionais. Em uma palavra, a cristalização dos valores que essas categorias expressam e sua respectiva oficialização no âmbito do direito internacional dependeram de um conjunto de lutas político-culturais, que desencadearam verdadeiras guerras simbólicas.

Um bom exemplo do processo de dilatação da categoria *cultura* e do respectivo movimento de acomodação entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*. Uma das principais implicações do processo de dilatação do conceito de *cultura* e da publicação dos instrumentos jurídicos aludidos foi à criação de duas categorias de direitos culturais conjugados, ambas inscritas no mesmo movimento responsável pela dilatação do conceito

de *desenvolvimento* que foi, simultaneamente, resultado e condição para a expansão discursiva e operacional do conceito de *cultura*.

Essas duas categorias de direitos culturais, como o último trecho da citação extraída do trabalho de Evangelista pode demonstrar, são as seguintes: por um lado – baseado no longo percurso de valorização e respeito à *diferença*, à *identidade* e à *diversidade* percorrido pela UNESCO –, todas as culturas tem o direito de serem o que são, ou seja, de manterem seus costumes, tradições e crenças; por outro lado, essas mesmas culturas, os grupos culturais e os indivíduos têm o direito de adquirirem novos hábitos, costumes e tradições, ou seja, de adquirirem novas e variadas formas de cultura. Essa última categoria engendra, com efeito, toda uma discussão em torno do acesso aos bens e serviços culturais, e abre, por assim dizer, todas as janelas e portas que levam ao consumo cultural, à fruição estética e ao acúmulo de novas experiências simbólicas.

Essas duas categorias de direitos passaram a aparecer conjuntamente nos documentos e instruções normativas da UNESCO, não sem suscitar uma miríade de ambivalências e a conviver sob o signo de um equilíbrio instável, um arranjo que pode ser desfeito ao sabor das circunstâncias. Por exemplo, a segunda categoria de direito mobilizada pode ser entendida como um desdobramento das transformações nos fluxos comunicacionais e da profusão dos bens e serviços culturais, que, entre outros aspectos, corroboraram para a consolidação de uma economia pós-industrial baseada nos serviços (BELL, 1973).

Os direitos culturais, estabelecidos e assegurados nos artigos 215 e 216 da Constituição Federal de 1988 passaram a ser acionados e operacionalizados como aspectos específicos das políticas culturais dentro da chave discursiva envolvendo as novas relações entre *cultura e desenvolvimento*. Um exemplo claro a esse respeito foi à publicação do documento *Políticas Culturais Para o desenvolvimento*¹⁰⁸, elaborado pela UNESCO em parceria com instituições brasileiras, cuja origem remonta ao *Seminário Internacional Sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento*, promovido pela UNESCO e pelo IPEA, realizado em Recife, PE, em agosto de 2003. No documento, que traz recomendações e reflexões específicas para o Brasil e América Latina, aparecem nomes como Nestor Garcia Canclini, George Yúdice e Teixeira Coelho, além de outros pesquisadores e críticos culturais. Logo na apresentação, feita pelo então ministro da cultura Gilberto Gil, surge com tintas vivas e precisas as novas relações entre *cultura e desenvolvimento*:

¹⁰⁸ *Políticas culturais para o desenvolvimento*, UNESCO|MINC, 2005, Brasília.

A relação entre cultura e desenvolvimento vem assumindo, crescente e aceleradamente, um lugar de destaque na agenda contemporânea. Esta claro que, nessa perspectiva, falamos de cultura no seu conceito mais pleno. Cultura, portanto, como a dimensão simbólica da existência social de cada povo, argamassa indispensável a qualquer projeto de nação. Cultura como eixo construtor das identidades, como espaço privilegiado de realização da cidadania e da inclusão social e, também, como fator econômico gerador de riquezas. (GILBERTO GIL, 2003).

A fala do ex-ministro é esclarecedora para se compreender a operacionalização das novas políticas culturais a partir da dilatação do conceito de *cultura*. O conceito de *cultura*, a partir das transformações discursivas sofridas nos anos oitenta e noventa (boa parte delas em decorrência das transformações sócio-econômicas ocorridas nos anos setenta), passa a ser operacionalizado no decurso dos processos de elaboração, execução e avaliação das políticas culturais, que passam a surgir na América Latina, África e Ásia. Ao se tornar objeto de políticas de Estado, como uma área ministerial específica (distinto do que ocorria até os anos setenta) a *cultura* passa a ser objeto do disciplinamento e da racionalização administrativa das burocracias de Estado.

Com efeito, as políticas culturais contemporâneas passaram a abrigar, não sem tensões, as incorporações e dilatações experimentadas no conceito de *cultura* nas últimas três décadas. A categoria *cultura* passa a ser mobilizada a partir do imperativo de se formular políticas de Estado para a *cultura* que, necessariamente, deveriam incorporar três dimensões constitutivas: a chamada *dimensão simbólica* (como atesta a fala do ministro), que está ligada a idéia de *cultura* como uma totalidade de crenças, hábitos e formas de reconhecimento (trabalhada pela UNESCO em torno dos pilares da *identidade*, da *diferença* e da *diversidade*); a *dimensão econômica*, que está ligada a geração de trabalho, emprego e renda e, portanto, a produção de bens e serviços culturais; e a *dimensão legal*, que envolve as duas categorias de direitos culturais destacada antes, e que no Brasil recebe a designação de *cidadania cultural* (MINC, 2006). Já a categoria *desenvolvimento* aparece como a realização de duas dimensões: o *desenvolvimento econômico*, que, embora tenha perdido parte do seu *status*, continua sendo importante, ainda mais porque está ligado a geração de trabalho, emprego e renda; e o *desenvolvimento humano e|ou social*, esse sim, grande meta das políticas culturais para o *desenvolvimento*.

2.3 A formação de novas categorias nativas: o sertão diante da economia da criatividade e das indústrias criativas.

Segundo Paulo Miguez¹⁰⁹, o conceito de *economia criativa* aparece pela primeira vez no mundo econômico em uma publicação da revista *Business Week*, intitulada *The Creative Economy – the 21 century corporation* (COY, 2001). No entanto, no mundo acadêmico o conceito surge um ano antes, no livro *Creative industries: contracta between art and commerce*, publicado em 2000, por Ricard Caves, professor de economia da Universidade de Rarvard. Ainda segundo Miguez, no decurso desta década os termos passam a ganhar popularidade e, cerca de dez anos após a publicação do relatório da UNESCO e de discussões na Europa, os conceitos passaram a fazer parte de plataformas governamentais, de justificativas de políticas culturais e de relatórios de gestão. No manifesto pré-eleitoral da campanha política de 1997 para o parlamento inglês, aparece a importância conferida pelo *New Labor* (novo Partido Trabalhista inglês) ao conceito de *economia criativa*, recebendo um destaque que irá se concretizar no decurso das gestões do primeiro ministro Tony Blair. Logo no primeiro ano do governo Blair foi criado o grupo de trabalho *Creative Inustries Task Force*, ligado ao *Department for Culture, Media and Sports* (DCMS), do governo Inglês, que definiu a *economia criativa e as indústrias da criatividade* da seguinte forma:

As indústrias criativas são aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que tem um potencial para geração de empregos e riquezas por meio da geração e exploração da propriedade intelectual. Isto inclui propaganda, arquitetura, o mercado de artes e antiguidades, artesanatos, design, moda, filme e vídeo software de lazer interativo, música, artes cênicas, publicações, *software* e jogos de computador, televisão e rádio. (BRITISH COUNCIL, apud MIGUEZ, 2006)

A definição acima passou a figurar em muitos documentos e a influenciar, no eixo discursivo geral da relação ente *cultura e desenvolvimento*, muitos governos em todo mundo. Mas, ao mesmo tempo, pela sua grande abrangência, foi objeto de dúvidas e hesitações. Durante os primeiros anos dessa década, por exemplo, muitas conferências e seminários, alguns coordenados pela UNESCO, foram organizados no sentido de conferir maior clareza conceitual aos termos, pois não se sabia ao certo qual o espaço preenchido

¹⁰⁹ Paulo Miguez. *Economia criativa: uma discussão preliminar*, in: *Teorias e políticas da cultura*, 1ª edição, Edufba, Salvador, 2006, p. 100.

pela *economia da criatividade e indústrias criativas* no espectro geral da economia, nem tampouco se a *economia da criatividade* abarcava a *economia da cultura*, e mais, se e em que mediada as *indústrias da criatividade* se relacionavam com as chamadas *indústrias culturais*. A discussão tomou uma envergadura mundial ao se espriar por países do continente Asiático, Africano e Latino-americano.

Esses continentes, a julgar pelos próprios documentos publicados¹¹⁰ por algumas instituições transnacionais, foram justamente os que mais investiram na produção de uma nova formulação teórico-discursiva que permitisse a adoção de medidas e decisões (políticas públicas) no sentido de potencializar e canalizar os ganhos da *economia da criatividade e das indústrias da criatividade*, uma vez que abrigam a grande fonte da *criatividade e da diversidade*: as chamadas *culturas tradicionais e populares*, substrato do *patrimônio cultural imaterial* (UNESCO, 2006). Dessas reuniões e debates internacionais surgiram trabalhos bastante minuciosos, como o trabalho dos pesquisadores australianos ligados ao *Creative Industrie Research e Applications Center*, órgão vinculado à universidade australiana da *Queensland University of Technology* (QUT).

Em uma das principais revistas econômicas de publicação periódica nacional (a revista *Desafios*, publicada pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA) trouxe, em Fevereiro de 2006¹¹¹, como reportagem de capa o seguinte título: *quanto vale a criatividade?* Dez anos antes, em 1996, a Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento da UNESCO publicou o relatório *Nossa diversidade criadora*. O que essas duas publicações tem em comum?

A comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento foi criada em 1992, tendo como presidente Javier Pérez de Cuéllar, do Peru, e como um dos membros honorários o antropólogo Claud Levi-Staruss e membros atuantes, entre outros, o economista brasileiro Celso Furtado. O núcleo do relatório é formado pelo capítulo 3º, intitulado *Criatividade, capacitação e autonomia*. O que o capítulo III apresenta é uma indicação de que a *criatividade* - largamente localizada nas atividades artísticas, nas expressões culturais, no trabalho de sensibilização estética, enfim, em todo manancial de saberes, fazeres e práticas que carregam alguma forma de *criatividade* – deve ser buscada em outras searas da vida

¹¹⁰ *Nossa diversidade criadora. Relatório Mundial da Comissão Mundial sobre Cultura e Desenvolvimento*, 1º edição, editora Papyrus, UNESCO, São Paulo, 1997. *Informa mundial sobre a cultura*, UNESCO, Brasília, 2000.

¹¹¹ Revista *Desafios*, IPEIA, Brasília, fevereiro de 2006.

humana. A combinação entre varias dimensões do conceito de *cultura e desenvolvimento* levou a uma operacionalização de ambos em torno do planejamento e da execução das políticas culturais publicas.

A comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento atuou, desde a sua fundação, como uma espécie de laboratório de reflexão filosófica que deveria formular formas de aproximação entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*. Para tanto, estava permanentemente informada por valores que passavam a conformar uma espécie de universalismo global (MATTELART, 2005), fincado no respeito e na promoção da *diversidade* e na convivência com a *diferença*. O relatório produzido pela comissão é, simultaneamente, um balanço do que significou as categorias de *cultura e desenvolvimento* ao longo do século XX e uma carta de intenções que pretende mostrar que essas relações podem e devem ser diferentes (UNESCO, 1996).

Por um lado, o relatório está marcado pelo desejo de lavar para o seio da UNESCO essa discussão, por outro, complementar a este, pela necessidade peremptória de evidenciar o valor da *criatividade*. Assim, esse documento torna-se a centelha que, no decurso dessa década, se espalhou pelos dispositivos jurídicos da organização e de outras organizações transnacionais, como a OMC, e pelos países membros, como Inglaterra, Austrália, Brasil, Turquia, Índia e México, entre outros. Em uma monografia preparada para servir de subsídio teórico à Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, em 1994, Marshall Sahlins teceu a seguinte indagação:

Uma grande confusão nos meios acadêmicos e políticos é causada pela falta de distinção entre cultura no sentido humanista e “cultura” no sentido antropológico, em especial quando se designa o modo específico de vida de um povo ou sociedade. Do ponto de vista antropológico não faz sentido falar de relação entre “cultura e desenvolvimento”, já que a economia faz parte da própria cultura de um povo. Na verdade, as ambigüidades dessa expressão colocam uma importante questão ideológica tratada pela Comissão: é a cultura ou aspecto ou um instrumento do desenvolvimento entendido como progresso material? Ou é a cultura a finalidade do desenvolvimento entendido como o florescimento da existência humana em suas múltiplas formas? (SAHLINS, 1994, p. 78)

A confusão localizada por Sahlins é apenas aparente. Isso não significa que não existam ambivalências e tensões entre os conceitos de *cultura e desenvolvimento* fora e dentro da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento. Ocorre, no entanto, que os dois significados de cultura destacados por Sahlins se imbricaram de tal maneira nas políticas culturais sugeridas pela UNESCO através de seus documentos e tratados

internacionais que fica difícil separá-los, sobretudo no que toca aos efeitos práticos de ambos. A rigor, a dilatação ocorrida nos conceitos de *cultura e desenvolvimento* engendrou uma síntese que permitiu, no decurso desta década, uma acomodação confortável entre a *cultura* pensada como “um instrumento do desenvolvimento entendido como progresso material” e a *cultura* entendida como “a finalidade do desenvolvimento entendido como o florescimento da existência humana em suas múltiplas formas” (SAHLINS, 1994)

O grande exemplo a esse respeito são as convenções publicadas nesta década pela UNESCO. Nelas, as relações entre *cultura e desenvolvimento* são estreitadas a partir do tema da *diversidade*, sendo o relatório referido antes um poderoso insumo teórico e discursivo para a consecução desse movimento. Assim, pode-se notar que uma das mediações mais decisivas entre as categorias de *cultura e desenvolvimento* é realizada pela categoria de *criatividade*. Na *Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial* (2003) as relações entre *desenvolvimento, criatividade e patrimônio imaterial* formam uma intrincada rede de justificativas e complementaridades. No documento que a antecede, a *Recomendação para Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular* (1989), fica patente os nexos relacionais entre *criatividade e cultura tradicional e popular*. Nos dois primeiros pontos que abrem o artigo que trata da proteção da *cultura tradicional e popular* lê-se:

A cultura tradicional e popular, na medida em que se traduz em manifestações da criatividade intelectual e coletiva, merece proteção análoga à que se outorga às outras produções intelectuais. Uma proteção desse tipo é indispensável para desenvolver, manter e difundir em larga escala esse patrimônio, tanto no país quanto no exterior, sem atentar contra interesses legítimos. Além dos aspectos de propriedade intelectual e da proteção das expressões e do folclore, existem várias categorias de direitos que já estão protegidos, e que deveriam continuar protegidas no futuro nos centros de documentação e nos serviços de arquivo de décadas à cultura tradicional e popular (UNESCO, 1989).

As relações entre *criatividade, diversidade e patrimônio cultural imaterial* aparecem de maneira ainda mais complementar no texto da *Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Tanto no texto desta convenção quanto nos demais instrumentos jurídicos analisados até aqui, dois aspectos passaram a ganhar relevo e a constituir um amalgama discursivo tão agrilhado que fica difícil acessar uma categoria, como *patrimônio imaterial*, sem acionar outras, como *diversidade e criatividade*. Os dois aspectos são os seguintes: o primeiro diz respeito ao entendimento de

que a *cultura tradicional e popular e|ou patrimônio cultural imaterial* constitui o substrato da *diversidade e da criatividade*; o segundo aspecto concerne ao imperativo de se conformar um instrumento jurídico no âmbito do direito autoral e intelectual capaz de proteger a *criatividade artística popular*. Esses dois aspectos aparecem, respectivamente, nos artigos 7º e 8º da *Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*.

Toda criação tem suas origens nas tradições culturais, porém se desenvolve plenamente em contato com outras. Essa é a razão pela qual o patrimônio, em todas as suas formas, deve ser preservado, valorizado e transmitido às gerações futuras como testemunho da experiência e das aspirações humanas, a fim de nutrir a criatividade em toda a sua diversidade e estabelecer um verdadeiro diálogo entre as culturas. Frente às mudanças econômicas e tecnológicas atuais, que abrem vastas perspectivas para a criação e a inovação, deve-se prestar uma particular atenção à diversidade da oferta criativa, ao justo reconhecimento dos direitos dos autores e artistas, assim como o caráter específico dos bens e serviços culturais que, na medida em que são portadores de identidade, de valores e sentido, não deveriam ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os demais. (UNESCO, 2005).

O último aspecto destacado no trecho acima, ou seja, o justo reconhecimento dos direitos autorais e intelectuais de autores e artistas vem ganhando grande destaque internacional (sobretudo no âmbito da OMC- Organização Mundial do Comércio – e no âmbito da OMPI – Organização Mundial de Propriedade Intelectual) e em alguns países em desenvolvimento, como Brasil, Índia e México. No Brasil a discussão vem sendo catalisada pelo Fórum Nacional de Direito Autoral, coordenado pelo Ministério da Cultura. A Discussão tem sido pautada pelo seguinte entendimento: diante da grande profusão de meios e suportes digitais que expandem sobre maneira as potencialidades e perspectivas de circulação de imagens e sons, os órgãos do poder público necessitam reorganizar e adequar o ordenamento jurídico que trata do direito autoral no sentido de assegurar à coletividade garantias de usufruto dos ganhos de imagem e som de suas *manifestações, expressões, saberes e fazeres* (MINC, 2006).

Em um trabalho que busca situar o panorama geral do debate jurídico nacional e transnacional acerca das relações entre *patrimônio cultural imaterial* e propriedade intelectual, Sidney Sanches suscita, entre outras, duas indagações que organizam esse debate: as políticas de propriedade intelectual servem à proteção de bens imateriais coletivos? Qual a relação entre propriedade intelectual e as expressões culturais

tradicionais? A rigor, ambas as indagações concernem à maneira específica como os países chamados em desenvolvimento, segundo os documentos e formulações da UNESCO¹¹² os grandes detentores de parte significativa do *patrimônio cultural imaterial e da diversidade cultural*, buscam criar mecanismos jurídicos capazes de proteger e assegurar formas de manutenção e promoção do *patrimônio cultural imaterial* desses países.

É inegável que o aprimoramento da legislação de propriedade intelectual é fundamental para garantir os direitos dos recriadores das tradições culturais populares em relação a suas criações específicas. Esses segmentos da sociedade, responsável por parte significativa do patrimônio nacional, têm sido profundamente explorados e quase sempre subjugados no processo de distribuição de riquezas (VIANNA, 2006, p.23).

No interior das rodadas de discussão realizadas no âmbito da OMC (Organização Mundial do Comércio) e da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) a maioria dos gestores governamentais ligados à administração cultural dos chamados países em desenvolvimento destacam a necessidade peremptória de se proteger as expressões e manifestações das *culturas tradicionais e populares*, integrando essa proteção aos direitos culturais, ou seja, ao direito específico a memória e à manutenção das *tradições*. O principal obstáculo, no entanto vem do próprio ordenamento jurídico do direito autoral e intelectual. No Brasil a legislação específica está a meio do caminho. Por um lado, abre a possibilidade de proteção do *patrimônio cultural imaterial*, por outro não define precisamente os meios específicos para tanto. A doutrina clássica do direito autoral, que resguarda as garantias da propriedade intelectual, define que as *expressões e manifestações* coletivas inserem-se no instituto jurídico do domínio público e, portanto, da livre apropriação.

A identificação, a salvaguarda, a conservação, a difusão e a proteção da cultura tradicional e popular, por meio de registros, inventários, suportes econômico, introdução do seu conhecimento no seu sistema educativo, documentação e proteção à propriedade intelectual dos grupos detentores de conhecimentos tradicionais passa a ser uma obrigação do Estado e direito universal do cidadão (SANT'ANNA, 2003, pg. 50).

Sanches assinala que diversos países do mundo buscam modificar este instituto jurídico, no entanto, por ser uma prática nova, inserida nos fluxos de imagem e sons

¹¹² *Informe mundial sobre a cultura*, UNESCO, Brasília, 2000.

mundo a fora, as regras de preservação do *patrimônio cultural imaterial* estão engolfados em um grande processo de discussão, cujo núcleo passa pelas novas formulações dos direitos à imagem. Esses debates e reflexões têm como caixa de ressonância as agências transnacionais, onde se consolida o entendimento, ainda de difícil operacionalização, de que a manutenção viva do *patrimônio cultural imaterial e da diversidade cultural* passa pela criação de novas formas de regulamentação do direito autoral (OMPI, 2007).

Nesse sentido, autores como Santilli defendem a adoção de um regime jurídico *sui generis* que possa assegurar a *titularidade coletiva* de direitos intelectuais vinculados aos conhecimentos tradicionais (SANTILLI, 2006). Posey, por seu turno, sustenta que podem ser criados institutos como a *titularidade coletiva* ou a emissão de “certificados de origem”(POSEY, 1996). De acordo com Sanches, diante dessas sugestões, o primeiro aspecto seria separar conceitualmente os direitos da personalidade dos direitos intelectuais. Os primeiros garantem os direitos imanescentes à natureza humana, cujo objetivo é preservar a vida, o corpo, a moral e a honra. Já os direitos intelectuais, localizam-se no âmbito da espécie humana, concernem especificamente às criações intelectuais do homem (SANCHES, 2008).

No Brasil, essas sugestões foram, ainda que indiretamente, agasalhadas na lei específica, a Lei de Direitos Autorais, de 1998. Na mesma, no seu artigo 45, que trata das obras que pertencem ao domínio público, a legislação estabelece que no tocante a proteção aos conhecimentos tradicionais o Estado definirá os mecanismos específicos de proteção. O artigo 45 exclui do instituto do domínio público os chamados *conhecimentos tradicionais*. Sanches sustenta que o afastamento do domínio público se aplica a determinadas obras da coletividade. Assim, a titularidade originária dos direitos patrimoniais sobre as *manifestações e expressões artísticas* é da coletividade. (SANCHES, 2008). Todavia, como se verá mais à frente, a legislação ainda não estabeleceu uma regulamentação específica acerca, por exemplo, dos usos dos direitos à imagem.

No entanto, para se compreender os gradientes de complexidade envolvendo a formulações de novos mecanismos de proteção no âmbito do direito autoral e, por conseguinte, a especificidade do caso brasileiro, é necessário passar pelo conteúdo das novas formulações teóricas que emprestam legitimidade e densidade operacional as categorias nativas de *economia da cultura e indústrias da criatividade*. Ana Carla Fonseca Reis, uma das mais proeminentes pesquisadoras do tema da economia da cultura e também

consultora do Ministério da Cultura, publicou um extenso trabalho acerca da relação entre *cultura e desenvolvimento*. Nesse trabalho, a discussão acerca da *economia criativa* aparece logo no prefácio, escrito pelo embaixador brasileiro na Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), Rubens Ricupero. O trabalho de Reis apresenta uma síntese das pesquisas e trabalhos realizados pela autora, oferecendo um vasto material que vem se convertendo em um poderoso manual de consulta para as tomadas de decisão da esfera pública e também privadas acerca do significado da economia da cultura e da economia da criatividade.

É inegável que a economia criativa representa claramente o futuro, e essa obra vem recheada de cifras e argumentos para não deixar dúvidas sobre a direção para a qual aponta a curva da expansão econômica. O rumo é o da crescente acumulação de riquezas em bens intangíveis, em larga medida produtos da engenhosidade, da criatividade humana e relativamente pouco dependentes dos fatores tradicionais de produção associados a vantagens naturais, capital, mão-de-obra barata. (RICUPERO, apud REIS, 2007)

No mesmo trecho de onde foi extraída a citação acima, Ricupero descreve como o tema da *economia da cultura e das indústrias da criatividade* penetrou na agenda dos grandes temas mundiais. A partir de 2001, sobretudo no âmbito das Conferências Das Nações Unidas Para os Países Menos Avançados (que reúnem as cinquenta economias mais vulneráveis do mundo), o tema das *indústrias criativas* converteu-se em um programa para promover o *desenvolvimento* dos países da África, América Latina e Ásia. Segundo Ricupero, esse esforço culminou na proposta de instauração (realizada no âmbito da *XI Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento*, ocorrida em São Paulo, em 2004) do primeiro *Centro Internacional para Economia Criativa*, a ser sediado em Salvador, BA, a partir de 2005. O centro passou a funcionar sob os auspícios do Ministério da Cultura, da UNESCO e de entidades e organizações não-governamentais, no âmbito do *Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento* (PNUD).

A escolha de instauração do Primeiro Centro Internacional da Economia Criativa recaiu sobre a cidade de Salvador (BA). Reconhecida como sede de grande profusão de linguagens artísticas e estéticas, sobretudo no âmbito da produção musical, Salvador foi escolhida para abrigar o centro, segundo as discussões travadas durante o *Primeiro Fórum Internacional das Indústrias Criativas*, também realizado em Salvador, em 2005, dividido à sua *diversidade* étnico-cultural, cristalizada, entre outros aspectos, no sincretismo religioso existente na cidade. De acordo com Edna dos Santos-Duisenberg, coordenadora do

Departamento de Indústrias Criativas da Unctad (Organização das Nações Unidas Para o Comércio e Desenvolvimento), uma das responsáveis pela criação do Centro Internacional da Economia Criativas em Salvador, são necessárias ações que direcionem as políticas públicas para o incremento das *indústrias criativas* nos países em desenvolvimento como o Brasil (SANTOS-DUISENBERG, 2005).

Instalado provisoriamente no escritório do Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento (PENUUD) na Bahia, que fica no Elevador Lacerda (um dos cartões postais da cidade), em pleno Pelourinho (bairro considerado *Patrimônio Cultural da Humanidade* pela UNESCO), o centro passou a atuar em conjunto com outras instituições, como, por exemplo, o *British Council*, no sentido de agasalhar e fomentar idéias e projetos de cunho cultural, operando como uma espécie de assessor de grupos, entidades e organizações culturais (compostas por artistas e profissionais da cultura de um modo geral) em todo o país.

Em fevereiro de 2005, o escritório regional da UNESCO para América Latina, Ásia e o Pacífico, em um seminário internacional realizado na Índia, aprovou um documento¹¹³ no qual expressa, de maneira clara e inequívoca, que as *indústrias culturais* fazem parte da *economia criativa*. Nos documentos anteriores mencionados (notadamente no relatório da Comissão sobre Cultura e Desenvolvimento e nas convenções analisadas) aparecem sempre hesitações e dúvidas (quando não condenações abertas) quanto às chamadas *indústrias culturais*.

Como se verificou no primeiro capítulo desse trabalho, a tensão entre criação e padronização, entre invenção e controle, no âmbito das chamadas *indústrias culturais* foi deslocada para o registro da crítica estética segundo uma chave de denúncia, seguindo o entendimento de que a técnica estaria promovendo um assalto e conspurcando a arte, desencadeando toda sorte de padronização (WIGGEERSHAUS, 2002). A legitimação e consolidação desse registro fizeram com que o conceito de *indústria cultural* (como viu na segunda seção do primeiro capítulo) tivesse seu sentido explicativo e analítico deslocado para o âmbito da crítica, passando a ser muito mais uma *categoria nativa* do que uma *categoria analítica*. Ora, ao que parece vê-se hoje um movimento inverso. Não que o conceito de *indústria cultural* tenha recuperado seu vigor analítico e interpretativo, mas que a dimensão da *criatividade* inscrita nos bens e serviços da *indústria cultural* tenha sido

¹¹³ *Cultura e desenvolvimento, novas formulações e proposições*, Montevidéu, 2005.

reposta e extremamente valorizada. Passou-se, por assim dizer, de uma crítica feroz e resignada da *indústria cultural* para uma celebração e valorização das *indústrias da criatividade*.

É possível sugerir que houve uma espécie de limpeza semântica. O que antes era identificado como algo eminentemente uniformizador e padronizador, passou, nesta década, a ser associado, cada vez mais, a aspectos ligados à *criatividade* e à *diversidade*. A categoria de *indústria cultural*, sobretudo no ambiente UNESCO, continua sendo utilizada, mas sem a carga político-ideológica que continha antes, ou seja, sem a força de seu imperativo crítico e político. Mattelart nos fornece uma valiosa indicação acerca desse processo. Segundo o autor, desde a *Conferência Mundial sobre Políticas Culturais*, realizada no México, em 1982, o termo *indústria cultural* passou a sofrer um enfraquecimento, figurando, aos poucos, no *index* de termos que pudessem incomodar, como *concentração*, por exemplo (MATTELART, 2005).

A rigor, a discussão foi deslocada para o âmbito propriamente dos processos criativos. A profusão de novos meios, suportes físicos e fluxos comunicacionais, além dos circuitos digitais, complexificaram as discussões e toda a problemática envolvendo arte e técnica e, por conseguinte, as análises acerca da produção simbólica contemporânea. Com efeito, uma antiga discussão dicotômica entre arte e técnica, dicotomia essa forjada entre alguns circuitos de crítica cultural e movimentos político-culturais dos anos cinqüenta e sessenta, deu lugar a uma problematização mais complexa envolvendo os usos e as mediações entre as técnicas, os suportes, as linguagens e os conteúdos simbólicos.

Talvez o principal vetor dessa mudança tenha sido o próprio processo de globalização. Em meio ao apelo global pela *diversidade* aludido antes e diante da profusão de recursos digitais de informação e comunicação, como as comunidades digitais da Internet, muitos grupos organizaram-se no sentido de definir estratégias de construção de suas *identidades coletivas* a partir dos próprios recursos políticos e culturais que a globalização dispõe. Assim, diante dessas novas estratégias e dos usos que se passou a fazer das novas tecnologias emergentes, o peso político e cultural atribuído às organizações privadas que compõem as chamadas *indústrias culturais* foi bastante aplacado. Sobre esse movimento, o chefe da seção de Cultura e Desenvolvimento da UNESCO, Edgard Montiel, se manifesta da seguinte maneira:

Os efeitos da globalização geram, também, relações de afirmação de identidades culturais e desencadeiam processos de resistência contra os aspectos

prejudiciais da globalização. Prova disso é o florescimento das novas “culturas locais”. A Uniformização simbólica gerou reações de valorização da música, das danças, das comidas, das línguas e religiões tradicionais. Assim, assistimos a um certo renascimento do pluralismo cultural. Nunca se falou a língua autóctone na América Latina como hoje, por exemplo (MONTIEL, 2003, p. 25).

É sugestivo arriscar, nesse sentido, que há um duplo movimento, transnacional e nacional, de homogeneização e heterogeneização, que pavimenta e é pavimentado pelas novas relações e práticas discursivas entre as categorias nativas de *indústria cultural*, *indústrias da criatividade*, *patrimônio cultural imaterial*, *direito autoral*, *cultura tradicional e popular*, *cultura e desenvolvimento*. Canclini, por seu turno, fornece alguns insumos que fortalecem essa sugestão.

Paradoxalmente, esse fluxo contínuo a que somos submetidos não reflete as apreensões iniciais da Escola de Frankfurt sobre a massificação produzidas pelas indústrias culturais. O modelo fordista, pensado a partir da produção em série de um grande número de mercadorias similares e distribuídas a contingentes de consumidores passivos, deu lugar a um mercado segmentado, no qual se multiplica a oferta de produtos para um público cada vez personalizado. Surgiram novos jornais, multiplicaram-se os títulos de revistas, a conversão digital levou à reedição de obras de numerosos artistas já desaparecidos, o número de novos autores cresceu e o número de sinais de TV nos serviços por assinatura dobrou. As ameaças de homogeneização deram lugar a um cenário de crescente heterogeneização (CANCLINI, 1999, p. 113).

O livro de Reis expressa bem os contornos dessa mudança. No 11º capítulo do livro, intitulado *Das indústrias culturais à economia criativa* (um capítulo de caráter bastante heurístico para se compreender essa mudança), a autora monta um panorama conceitual e discursivo que mobiliza diversos autores e conceitos para salientar as potencialidades da *economia da criatividade*, mas, sobretudo para mostrar que as chamadas *indústrias culturais* fazem parte desse circuito, na verdade são matéria decisiva e constitutiva dessa economia. A autora ressalta, como ficou patente antes, que a UNESCO entende as *indústrias culturais* como um processo que combina criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza. Da mesma forma, Paul Tolila, outro pesquisador proeminente do tema e cujos trabalhos são largamente utilizados como insumo para elaboração de políticas culturais públicas e privadas, ressalta que as *indústrias culturais* abrigam, além das etapas de fabricação, comercialização e distribuição, a criação, sendo essa última sua etapa mais relevante.

Tabela 01. Etapas do processo de criação artístico-cultural.

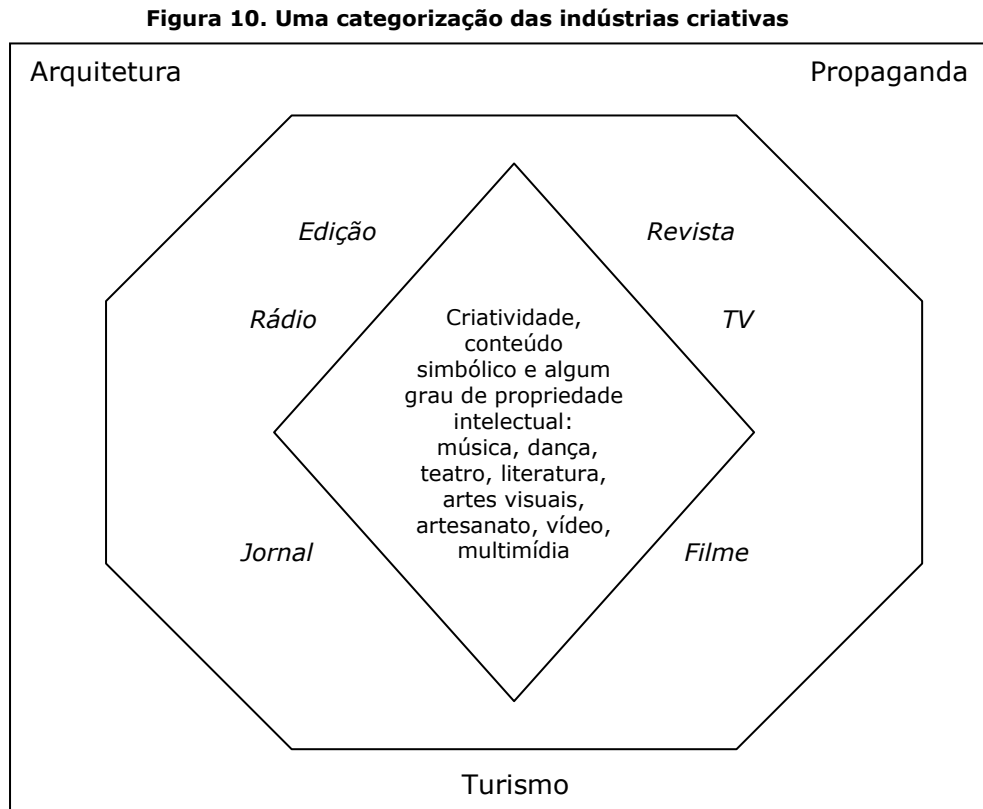
Etapa	CINEMA	MÚSICA	LIVRO
CRIAÇÃO	Roteiristas, Diretores e Intérpretes	Compositores (Palavra e Música)	Autor do Manuscrito
Edição Produção	Produtor	Editor e produtor	Editor
Fabricação	Indústrias técnicas, Fabricações de filmes virgens	Prensagem e acondicionamento de CD	Impressor
Distribuição	Distribuidor	Logística, promoção e gestão de catálogos	Difusor (promoção dos catálogos nos pontos de venda), distribuidor (logística de entrega e de gestão física e financeira das obras
Comercialização	Exibidores	Lojas de discos, megalojas especializadas e hipermercados	Livrarias, megalojas especializadas, hipermercados

Fonte: Tollilla, 2007

É preciso destacar que o trabalho de Reis tem se tornado um insumo decisivo para elaboração e justificação das Políticas culturais no Brasil e para as tomadas de decisão no âmbito da *economia da criatividade*. Nesse sentido, é mobilizado aqui como um insumo empírico que revela a consecução de uma nova racionalidade teórico-discursiva em torno das formulações e justificações que envolvem as categorias *de economia da criatividade e indústrias da criatividade*. Em uma palavra, o trabalho de Reis é um poderoso agente de circunscrição de um novo circuito semântico, de uma nova *formação discursiva* (FOUCAULT, 1986). Reis ressalta que a figura 10 é uma adaptação do livro *Economics and culture*, de David Throsby¹¹⁴, publicado em meio ao movimento de substituição, pelo

¹¹⁴ David Throsby. *Economics and culture*, p. 208.

menos no ambiente da UNESCO, da categoria *indústria cultural* pela categoria *indústrias da criatividade*.

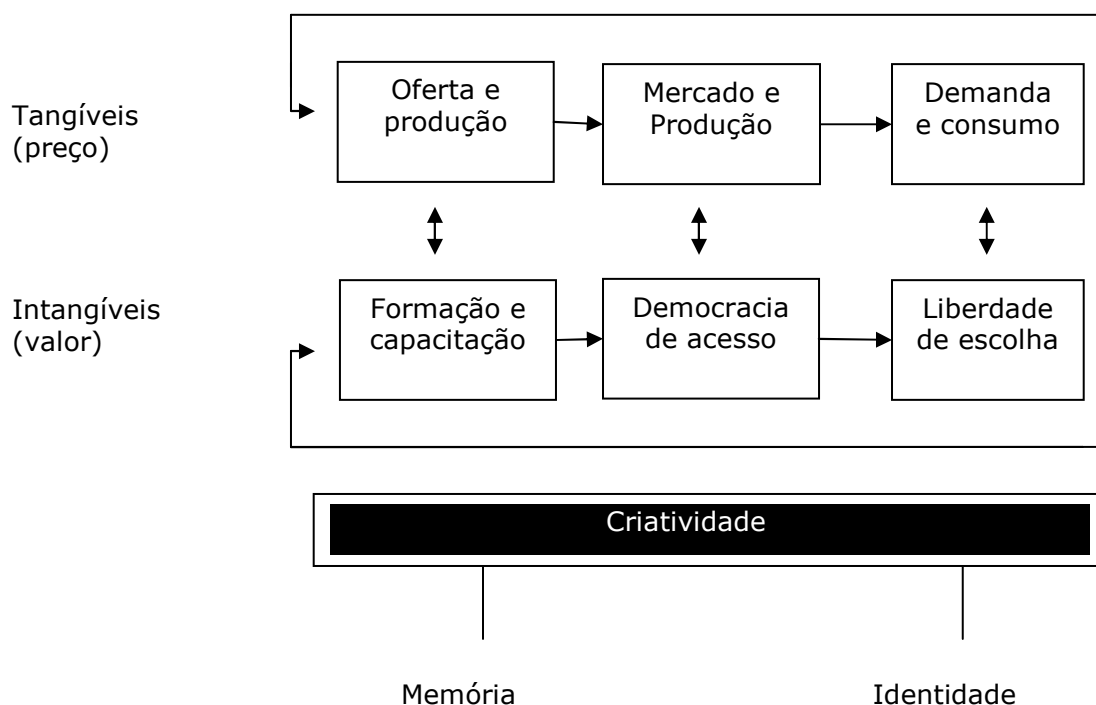


O núcleo da figura 10, como se pode notar, é ocupado por aquelas atividades que tem uma maior densidade simbólico-criativa e envolve algum grau de propriedade intelectual. Tal qual a tabela 1, a *criatividade* ocupa grande destaque. No primeiro círculo concêntrico aparece à *criatividade* municiando as linguagens e expressões artístico-culturais; já no segundo, aparecem os meios e seus diferentes suportes; por fim, o terceiro círculo contém os setores aos quais as linguagens e os meios estão diretamente ligados. Os três círculos apresentam um estreito grau de interdependência, pois apresentam de maneira sintética os graus de relação envolvendo o eixo da produção, ou seja, a criação como mola propulsora da relação entre as linguagens, meios (suportes) e setores. Por outro lado, a figura também apresenta uma hierarquia da *criatividade*. Segundo a autora, David Throsby propôs uma figura dividida em círculos concêntricos para demonstrar os níveis de densidade cultural e *criativa*. Assim, quanto mais nos afastamos do núcleo da figura (que envolve as atividades essencialmente *criativas*) tanto mais nos deslocamos para esferas menos culturais e

criativas, que envolvem muitas outras atividades técnicas de padronização e rotinização, embora, segundo o autor mobilizado por Reis, apresentam certo grau de *criatividade*.

A figura 11, por sua vez, mostra o que a autora chamou de ciclo da *economia criativa* em contexto de *desenvolvimento*. Diferente da figura 10, essa exhibe a organização e sistemática de operação da *economia criativa*. Nota-se que a *criatividade*, mais uma vez, aparece como sedimento de sustentação. A figura 11 também mostra que a *criatividade* repousa na *identidade* e na memória, ou seja, tem nessas dimensões seu substrato por excelência. Mediante esse lastro, a figura também porta as duas categorias de direitos culturais trabalhadas antes, pois, por um lado, vê na memória e na *identidade* o seio da *criatividade*, sustentando, assim, o direito de nutrir uma determinada memória e *identidade* e, portanto, uma dada *criatividade*; por outro, possui também o direito de sustentar uma outra memória e *identidade*, incorporando novos conteúdos e *criatividades*.

Figura 11. Ciclo da economia criativa.



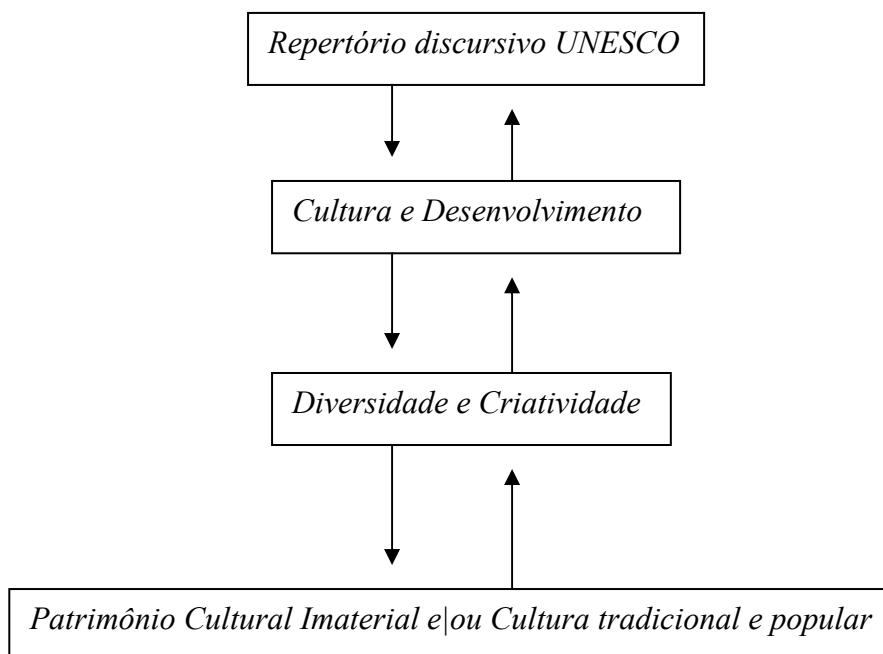
Fonte: Reis, 2007

Como se pode depreender, a partir das formulações de Reis, cristalizadas nas figuras 10 e 11, a mudança ora em curso consiste em deslocar o conceito de *indústria cultural* para

um terreno bem mais complexo, que envolve uma série de mediações entre *criatividade*, técnicas, produção e consumo simbólico. O deslocamento do conceito faz parte de uma operação discursiva mais larga, empreendida por alguns agentes nacionais, como os governos inglês e australiano, e agências transnacionais como a UNESCO e a UNCTAD, que visam consolidar as categorias de *economia da criatividade e indústrias da criatividade* enquanto recursos teóricos capazes de justificar a execução de novas políticas culturais, que envolve nesse mesmo repertório as categorias de *diversidade, criatividade, patrimônio cultural imaterial e direitos autorais*. Esse repertório discursivo aponta para a constituição de uma nova *formação discursiva* (FOUCAULT, 1986), que como tal instaura um novo sistema de práticas discursivas acompanhadas de novos recursos de poder.

No caso em que se poder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e, no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas se poder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações) diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* (FOUCAULT, 1986)

Figura 12.



Fonte: elaboração do autor.

A figura 12 é uma tentativa de representação do advento de uma nova *formação discursiva*, que poderíamos nomear aqui de *repertório UNESCO*. No Brasil, esse repertório

vem sendo manejado e remanejado nos últimos anos por instituições da administração cultural pública (como o Ministério da Cultura e as secretarias de cultura dos estados) e por empresas, sobretudo aquelas controladas pelo Estado, como a *Petrobrás*, o *Banco do Brasil* e o *Banco do Nordeste*. Diante desse panorama, as matrizes expressivas e simbólicas da narrativa de significado do *sertão* nordestino têm sido evocadas, tanto pela esfera federal, quanto pelos estados nordestinos, como um exemplo que pode ser objeto de ações que tenham como destino canalizar seus recursos expressivos, simbólicos e lúdicos e, portanto, *criativos* para novos empreendimentos das chamadas *indústrias criativas*, assegurando-lhe, a partir da reformulação da Lei de Direito Autoral, o retorno dos usos dessa *criatividade*.

Nesse diapasão, muitas secretarias de cultura dos estados nordestinos, como Ceará, Bahia e Pernambuco, em parceria com organizações locais, empresas e o Ministério da Cultura, têm implementado ações com vistas a subsidiar e fomentar as *indústrias criativas* locais e regionais. A maioria dessas ações passam por interfaces estreitas com as políticas de turismo e entretenimento existentes na região desde os anos oitenta. Os últimos dois anos foram marcados, por exemplo, no âmbito da administração cultural pública regional por seminários e fóruns de discussão envolvendo a *economia da criatividade e as indústrias criativas*. Em Fevereiro de 2008 a Secretaria da Cultura do Ceará, em parceria com o SEBRAE Ceará, realizou o seminário de desenvolvimento da *economia criativa* na região central do estado (classificada geograficamente de *sertão* central), tendo como pólo a cidade de Sobral.

Tendo em vista a figura 12, que busca representar o trânsito discursivo do *repertório discursivo UNESCO*, a narrativa de significado do *sertão*, com seu acervo de saberes, fazeres, formas de *expressão*, *manifestações* e celebrações, é manejada no sentido de destacar e projetar o *patrimônio cultural imaterial sertanejo-nordestino* e/ou a sua chamada *cultura tradicional e popular* como uma das fontes e sedimento vivo da *criatividade e da diversidade cultural brasileira* (MINC, 2007). Por isso, a reformulação do instituto do direito autoral, sobretudo no que tange aos direitos de imagem, é tratado com tanta candente pelas organizações da administração cultural pública, inscrevendo-se como uma prática discursiva de complexificação das relações contemporâneas entre arte, técnica, memória e mercado simbólico.

Dois exemplos envolvendo a trama de significado do *sertão* nordestino podem ser bastante elucidativos para a compreensão dessas relações. O primeiro exemplo diz respeito ao processo criativo que permite a produção do artesanato e/ou arte popular. Ricardo Gomes Lima (pesquisador do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular – CNFCP), assevera que o olhar de quem classifica e ordena e, por conseguinte, hierarquiza é o principal vetor pelo qual os fazeres coletivos aparecem e são experimentados como objetos artesanais ou artísticos. “Alguns dizem que a louceira e a tecelã fazem arte folclórica ou artesanato tradicional ou artesanato cultural ou artesanato de raiz. Se Benedita se aventura um pouco mais e, deixando de lado a produção de louça utilitária, modela alguns boizinhos, cavalos, pratos e galinhas para brinquedos dos filhos, alguns dirão que ela faz arte popular” (LIMA, 2006, p. 4). Esses sistemas de classificação atenuam ou potencializam o valor artístico atribuído à determinados objetos, cuja circulação e o consumo dependem das formas de apreciação e valorização desses bens artesanais e/ou artísticos.

Um dos principais agentes envolvidos nessa apropriação, sobretudo no que tange as formas de produção e circulação, é o próprio poder público. Através de programas, da atuação de empresas e ações destinadas ao fomento desses objetos algumas organizações públicas criam parte significativa das condições de produção e legitimação desses bens. No Brasil as políticas públicas para o artesanato remontam aos anos setenta, mas ganharam maior vigor na última década do século passado, quando se criou redes de organizações não-governamentais (ONGs), como a ONG *Arte-Sol* (Artesanato Solidário: Programa de apoio Solidário ao Artesanato e a Geração de Renda, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP). Criada nos anos noventa, a *Arte-Sol* desenvolveu seu primeiro projeto-piloto junto às regiões mais áridas do *sertão* nordestino e do Norte de Minas Gerais. Entre 1998 e 2002 a organização participou diretamente de 42 projetos no âmbito do *Programa Artesanato Solidário*. Com sede em São Paulo a *Arte-Sol* mantém hoje aproximadamente 80 projetos, em mais de 17 estados brasileiros, envolvendo cerca de quatro mil artesãos e artistas e suas famílias (FUDARPE, 2007).

Durante os anos noventa o *Programa Artesanato Solidário* contou com financiamento de órgãos da administração federal como a SUDENE, o SEBRAE e a Caixa Econômica Federal. O primeiro módulo do programa, desenvolvido em 1996, abarcou 26 municípios do *sertão* nordestino e do Norte de Minas. Cada um dos 26 municípios abrigou um pólo

específico, que ao final do programa passou a sediar exposições permanentes das *tradições* e do artesanato local. Em 1999, quando do lançamento do segundo módulo do programa, foi exibida a mostra de *Artes e Artefatos do Sertão*, realizada no SESC-Pompéia, no período de 02 a 19 de setembro, acompanhado de vídeos e catálogos de divulgação.

Durante o exercício de 2008 a atual gestão do Ministério da Cultura lançou um programa específico para o artesanato, cuja dotação orçamentária e execução alcançou a cifra de R\$ cinco milhões¹¹⁵. Essa ênfase no artesanato alcançou maior visibilidade e operacionalidade a partir do programa Prodec (Programa de Desenvolvimento econômico da Cultura), lançado em 2007. Segundo os relatórios do programa, em 2007 o programa capacitou 70 comunidades (mais da metade delas localizadas no *sertão* nordestino) de pólos de produção do chamado artesanato tradicional, abarcando cerca de 1400 artesãos e artesãs, 80 agentes locais, 30 servidores públicos estaduais, além da realização de feiras e exposições, a principal delas a Feira de Música do Brasil. No total o programa movimentou, em 2007, cerca de R\$ 8 milhões¹¹⁶.

Os mecanismos de fomento, apreciação e promoção acabam encerrando e desencadeando formas de classificação e hierarquização. Em 2008, através de sua representação no Brasil e de sua coordenação de cultura, a UNESCO lançou, em parceria com o Museu Casa do Pontal, a 1ª edição do *Caderno de Restauração de Obras de Arte Popular Brasileira*. O documento pode ser consultado no sitio da organização¹¹⁷, adquirido nas livrarias da mesma, além de ser distribuído na sede da representação da UNESCO no Brasil, em Brasília. Trata-se de uma publicação simultaneamente técnica e promocional, que explicita os procedimentos de recuperação e conservação dos objetos artísticos. O trabalho de consulta e assessoramento técnico a partir do acervo do Museu da Casa do Pontal, que recebeu apoio e patrocínio institucional da *Petrobrás*, do *Banco do Brasil*, do *BNDES* e da *Light* (Companhia de Eletrificação do Estado do Rio de Janeiro),

¹¹⁵ O programa está inserido no âmbito do *Programa Mais Cultura*, lançado no dia 06 de outubro de 2007, no Teatro Nacional, em Brasília, Distrito Federal. O *Mais cultura* foi classificado pelos gestores culturais públicos como o maior programa de cultura da história do país, reputado também como uma espécie de PAC (Programa de Aceleração do Crescimento do governo federal) da cultura. O programa recebeu grande atenção política do primeiro escalão do governo e das principais empresas estatais e semi-estatais. Durante o lançamento do programa foram assinados mais de 30 convênios entre empresas, instituições públicas e órgãos governamentais e o Ministério da Cultura. Foi o primeiro programa na história do Ministério da Cultura a contar com a presença do Presidente da República em seu lançamento.

¹¹⁶ *Políticas sociais: acompanhamento e avaliação*, Brasília, IPEA, dezembro de 2008.

¹¹⁷ www.unesco.org

além da parceria institucional com o Departamento de Museus e Centros Culturais do IPHAN.

Segundo Ângela Mascelani, diretora do Museu Casa do Pontal, a instituição é considerada hoje o mais significativo museu de arte popular do país. Localizado o bairro da Barra da Tijuca, zona oeste do Rio de Janeiro, o museu conta com aproximadamente oito mil obras, organizadas tematicamente em 1500 m quadrados de galerias, sendo seu acervo compilado a partir de quarenta anos de viagens e pesquisas do designer francês Jacques Van de Beuque (MASCELANI, 2008). De acordo com a diretora, o museu já organizou mais de quarenta exposições no Brasil e em treze países. Durante os seus doze anos de atuação organizou e ofereceu cursos profissionalizantes, seminários temáticos, oficinas técnicas e espetáculos, a partir dos quais granjeou prêmios e honrarias, como o Premio Rodrigo Melo Franco de Andrade, concedido pelo IPHAN, que, entre outros aspectos, levaram a UNESCO a escolher o acervo e a experiência do Museu Casa do Pontal como os principais subsídios para a publicação do seu *Caderno de Conservação e Restauro de Obras de Arte Popular Brasileira*.

Temos sempre o que aprender e trocar. Aqui, compartilhamos o conhecimento que adquirimos, e que tem sido aplicado em favor da proteção do patrimônio cultural brasileiro que nasce das camadas populares e representa parte fundamental da memória, do imaginário e do potencial criativo de nosso país (MASCELANI, 2008, p 11).

Entre as muitas sugestões técnicas e a descrição dos procedimentos de recuperação e manutenção dos objetos artísticos, o *Caderno de Conservação e Restauro de Obras de Arte Popular Brasileira* traz imagens consagradas de peças da arte popular brasileira. Ente essas imagens e seus criadores predominam as figuras moldadas em barro que representam o cotidiano rural do *sertão* nordestino, cristalizadas em pequenos bonecos que carregam temas como o cangaço, os retirantes, Lampião e Maria Bonita, bandas de pífanos, entre outros. O barro é a matéria-prima mais utilizadas nas obras que aparecem na publicação, embora outros materiais também sejam utilizados, como a argila, o couro, fibras, vegetais, entre outros.

O processo criativo que envolve a técnica de moldagem que dá forma aos bonecos e figuras de barro representando aspectos específicos do *sertão* nordestino foi notabilizado em todo o país, e em alguns lugares do mundo, pelas criações de Mestre Vitalino (1909-1963). Nos anos quarenta do século passado seu trabalho passou a atrair a atenção de

críticos, pesquisadores e colecionadores de arte, que em 1947 organizaram, no Rio de Janeiro, uma exposição com algumas de suas criações. A UNESCO considera essa exposição o marco fundamental na história do interesse pela arte popular (UNESCO, 2008). As habilidades e virtudes estéticas de Mestre Vitalino logo granjearam grande prestígio a seu trabalho, que se tornou um eixo de referência entre os artistas ceramistas do Alto do Moura, Bairro de Caruaru, PE, e em todo *sertão* nordestino. Na publicação antes aludida, boa parte das obras que adornam as páginas da publicação pertencem aos artistas ceramistas do Alto do Moura, como Manoel Galdino¹¹⁸ e José Antônio da Silva¹¹⁹.

Devido a essa concentração de artistas populares, Caruaru passou a ser considerada pela UNESCO, a partir de 1987, o maior centro de arte figurativa das Américas, cujo núcleo é o bairro do Alto do Moura, localizado a cerca de 7 KM do centro da cidade. Ali se concentram mais de 1000 artesãos, distribuídos por diversos ateliês, que dividem espaço com as atividades domésticas das famílias artesãs. A maioria dos objetos artesanais e/ou artísticos produzido no Alto do Moura são exportados para outras partes do país (muito vendidos em feiras, como a própria feira de Caruaru e São Cristóvão, no Rio de Janeiro, exposições, concursos, centros de artesanato e festas populares) e do mundo. Também no Alto do Moura, precisamente na Rua São Sebastião, localiza-se a Casa Museu Mestre Vitalino, grande representante da arte local. A Caminho do Alto do Moura, próximo ao Aeroporto Oscar Laranjeiras, localiza-se o Vale do Tauá, que abriga uma grande vila cenográfica com bares, restaurantes e palcos para *shows*. O vale recebe esse nome devido ao tipo e a textura do barro utilizado para a feitura das figuras artesanais e artísticas do Alto do Moura.

¹¹⁸ Manoel Galdino (1929-1996), nasceu em São Caetano, PE, mais tarde mudou-se para Caruaru, onde tornou-se funcionário municipal. Sua trajetória como artista popular teve início em 1976, quando foi designado pela prefeitura da cidade para executar serviços no Alto do Moura.

¹¹⁹ José Antônio da Silva (1921-1973) nasceu no Alto do Moura, Caruaru, PE. Aprendeu a trabalhar no barro durante a infância. Conhecido como Zé Caboclo tornou-se um dos mais renomados artistas populares do Alto do Moura, contribuindo, assim como mestre Vitalino e Manuel Eudócio, para marcar o estilo de arte dos bonecos de barro da região de Caruaru. Foi um dos primeiros a utilizar o arame na estrutura das esculturas, além de desenhar o olho dos bonecos em alto relevo. Formou e deixou um legado entre seus filhos e familiares, dos quais alguns se tornaram artistas e artesãos reconhecidos.

Figura 13: Comercialização dos bonecos de arte figurativa na feira de Caruaru-PE.



Fonte: DPI|IPHAN.

Não muito longe do centro da cidade e há cerca de 3 KM do Parque 18 de Maio (onde se realiza cotidianamente a feira), localiza-se o Espaço Cultural Tancredo Neves, que abriga, além da sede da Secretarias de Turismo e a da Fundação Cultural da cidade, pavilhões de exposições, eventos e o Museu do Forró. Na área externa do espaço cultural, onde se situa o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, é realizado todo o ano a Festa de Caruaru, que conta no mesmo espaço com uma vila cenográfica sertanejo-nordestina. Em torno desse espaço cultural e também da feira localiza-se o maior número de restaurantes e hotéis da cidade, além de bares e casas de *shows*.

Caruaru é hoje uma cidade com cerca de 270 mil habitantes, localizada a cerca de 130 KM de Recife, é o quarto município em importância econômica de Pernambuco¹²⁰. Está localizado na fronteira entre as regiões mais áridas e mais úmidas do estado. A feira é o núcleo comercial da cidade e o pólo de atração que a cidade exerce em torno da malha de municípios das regiões e os demais pólos econômicos do Nordeste. O município deve sua origem à antiga Fazenda Caruaru, no século XVIII, que durante aquele século se

¹²⁰ Superado apenas por Recife, Olinda e Petrolina.

estabeleceu como um circuito de passagem de tropas de gado e vendedores em geral. A partir do século XIX a Fazenda se transformou em um pungente centro de comércio de gado e couro. Também a partir do século XIX, a festa dedicada à padroeira da cidade, Nossa Senhora da Conceição, passou a atrair comerciantes e expandir a feira.

O crescimento regular da festa, realizada em junho, durante a primeira metade do século passado passou a estruturar um amálgama indissociável entre festa e feira, que se expandia muito durante os festejos religiosos. No Decurso do século XX, com o acesso à cidade facilitado através da Rede Ferroviária do Norte, e mais tarde, por meio da abertura de rodovias estaduais e federais, a cidade se consolidou como um grande eixo comercial do *sertão* nordestino, talvez, junto com Feira de Santana, na Bahia, o maior entroncamento rodoviário do Nordeste.

A partir dos anos oitenta a feira passou a crescer num ritmo ainda maior, incorporando novas atividades e produtos, na mesma medida que a festa se tornou uma das maiores eixos de estruturação do entretenimento-turismo no Brasil¹²¹. Um pouco antes, devido ao crescimento desmedido da feira no centro da cidade, algo que o tornava inteiramente intransitável, a prefeitura da cidade deu início a um processo de transferência gradual da feira para outro espaço, não muito longe do centro, o Parque 18 de Maio, antigo Campo de Monta, espaço pertencente ao Ministério da Agricultura, que o utilizava como um campo de reprodução de gado. Após o deslocamento para o antigo Campo de Monta a feira passou a incorporar outras feiras paralelas, formando um complexo de feiras.

Um segundo exemplo que permite evidenciar a complexidade entre as categorias de *patrimônio cultural imaterial, indústrias criativas e direito autoral* no âmbito das interfaces contemporâneas entre arte, técnica e memória vem novamente das matrizes expressivas do *sertão* nordestino. Esse segundo exemplo diz respeito à literatura de cordel, notadamente no que tange a sua dimensão xilográfica, ou seja, ao traço específico dos desenhos que aparecem nas capas dos pequenos folhetos da literatura de cordel. Diante do processo de *industrialização do simbólico* e dilatação de determinados mercados culturais urbanos no Brasil, a expressividade do traço e do desenho xilográfico alcançou grande profusão. Por outro lado, os usos, como se viu na última seção do primeiro capítulo, da narrativa de significado do *sertão* e dos significados da sua *cultura tradicional e popular*

¹²¹ Edson Farias, *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Tese de doutorado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em ciências sociais da Universidade de Campinas (Unicamp).

conduziram a expressão xilográfica a um grande patamar de legitimidade entre os grupos de intelectuais-artistas brasileiros nos anos cinquenta e sessenta do século passado.

Segundo Cavignac¹²², em 1991 30,8% dos folhetos da literatura de cordel eram produzidos no eixo Rio de Janeiro-São Paulo. Se somada a produção dos folhetos nas capitais nordestinas, esse percentual sobe para 49,73% (CAVIGNAC, 2006). À primeira vista, esses dados poderiam significar que os centros metropolitanos do país estavam assumindo parcela relevante da produção dos folhetos cordelistas. Ainda que a maioria dos cordelistas e dos desenhistas tenham origem nos espaços rurais do *sertão*, a experiência urbana desses artistas imprimia alterações significativas no traço de composição do desenho xilográfico, na própria confecção e corte do folheto e na construção do texto poético.

O grande apelo universalista à *diversidade* e à *identidade cultural* (MATTELART, 2005), consubstanciado nos anos noventa do século passado, encontrou no Brasil, entre outras expressões, a técnica xilográfica da literatura de cordel como um poderoso recurso de luta contra os chamados efeitos de homogeneização da *globalização cultural*. Diversos *grupos de status* (WEBER, 1982), a maioria forjados nos grande centros urbanos do país, recorreram aos desenhos das xilogravuras para compor uma estilização do cotidiano ancorada no grande apreço moral atribuído à categorias como *tradição*, “*autenticidade*” e “*pureza*”. Boa parte desses *grupos de status* forjaram-se nas lutas político-culturais que, em espaços como universidade e esferas de fruição estéticas, integraram as redes, organizações e coalizões mundiais pela *diversidade* (MCKEE, 2006).

Esse movimento de valorização das *manifestações e expressões* reputadas como tradicionais e “*autênticas*” está em pleno curso. O processo de valorização do desenho xilográfico dentro das novas linguagens artísticas ganhou um vigor dificilmente imaginado nos anos setenta e oitenta. Novamente aqui o olhar de quem classifica e ordena tem efeitos práticos, sobretudo se as classificações forem realizada por organismos como a UNESCO, o Ministério da Cultura, empresas, intelectuais e artistas. No caso do trabalho de criação da xilogravura esse olhar de classificação opera segundo uma lógica de valorizar os artistas que tenham permanecido no *sertão* nordestino, ou seja, no seu torrão natal, aferrados a uma dimensão telúrica de existência, onde as condições de produção dos folhetos e gravuras lembram muito àquelas do início do século XX.

¹²² Julie Cavignac, A literatura de cordel no Nordeste do Brasil. 1º edição, Editora da UFRN, Natal, 2005, p. 30-31.

Eu tenho uma máquina velha de cento e tantos anos, alemã, já não cabe mais remendo, mas ainda funciona. E tenho duas maquinazinhas assim manuais, quer dizer: elétricas, mas margeadas manualmente, porque não são automáticas. E tenho uma equipagem muito grande, muitas caixas de tipos para a montagem de uma em uma letra. Esses cordéis todos que eu tenho são montados de uma em uma letra, num processo muito demorado. Tenho que trabalhar com muito cuidado, colocando as letras todas ao contrário e fazendo a montagem ao contrário, para quando virar o lado que imprime, sair certo. Só sabe como é vendo a montagem mesmo. Tem uma caixinha com todos os tipos, a começar do A até o Z, e todos os pontos que merece uma escrita. Então a gente vai pescando as letras nos quadradinhos e colocando de uma em uma. Ai se faz a chapa e bota na grade de ferro, bota apertadores, aperta a chapa – porque uma chapa de quatro páginas de um cordel tem aproximadamente seus cinco ou seis quilos. É muito pesado porque é chumbo e antimônio que imprime (BORGES, Apud NEIVA, p. 4-5).

Uma dos artistas mais prestigiados nessa espécie de atualização contemporânea do estatuto social da “pureza” e da “autenticidade” é exatamente o autor da fala acima, o pernambucano Francisco José Borges, ou simplesmente como é mais conhecido J. Borges. Nascido em Bezerros, *sertão* de Pernambuco, em 1935, o gravurista e cordelista J. Borges começou a escrever e desenhar nos anos sessenta, estreando com o cordel *O encontro de dois vaqueiros no sertão de Petrolina*, ilustrado pelo mestre Dila, de Caruaru, PE. A partir dos anos noventa, as gravuras, desenhos e poesias de J. Borges começaram a ganhar prestígio fora das imediações de Bezerros e Caruaru. Mediante uma rede de amigos e colaboradores, como Jeová Franklin, tecida em cidades como Brasília e Recife, os trabalhos de J. Borges passaram a ser objeto de documentários, filmes, dissertações, teses, artigos, conferências, entre outras.

A rede de amigos, colaboradores e admiradores estabelecidos em Brasília permitiu a J. Borges que seus trabalhos passassem a ser apreciados no circuito acadêmico. Brasília tornou-se um destino regular para J. Borges, ali sempre concede entrevistas, realiza palestras, conta suas histórias, vende folhetos e divulga seu trabalho. Na Capital federal seus desenhos e gravuras, assim como alguns de seus poemas, podem ser facilmente encontrados em livrarias do lago Sul, na Universidade de Brasília (UnB), Ala Sul do Instituto Central de Ciências (ICC) e em sebos e livrarias da Asa Norte.

Considerado por Ariano Suassuna o “maior gravador popular do Brasil”, um dos trabalhos de J. Borges ilustrou o livro de Eduardo Galeano, *Palavras andantes*, recebeu, em 1999, a comenda Ordem do Mérito Cultural, do Ministério da Cultura, além do Prêmio UNESCO 2000, na categoria *cultura*, sendo ainda escolhido pela ONU, em 2002, como um dos artistas contemplados para ilustrar o calendário da organização naquele ano. As

gravuras de J. Borges passaram a figurar em campanhas institucionais, como o programa *Areia das Letras*, desenvolvido pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário e também ações no âmbito no Ministério da Educação e do Ministério do Trabalho, como o *Programa de Combate ao Trabalho Escravo*, além de campanhas publicitárias de empresas e *shows* populares, nem sempre licenciados e autorizados pelo autor.

Todos esses prêmios conferiram a J. Borges o reconhecimento público institucional de seu estado natal, Pernambuco, que o contemplou com uma bolsa vitalícia, concedida em janeiro de 2006 pela Lei nº 12.196, de 02 de maio de 2002, que instituiu o registro e o título do *Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco*, cujo objetivo é preservar as *manifestações populares e tradicionais da cultura pernambucana*, assim como permitir que os artistas e mestres repassem seus saberes às novas gerações de alunos e aprendizes (FUNDARPE, 2006).

O trabalho de J. Borges desenvolve-se hoje no Memorial J. Borges, que abriga um ateliê, atividades de folheteria, gráfica, oficina e galeria. O memorial está situado às margens da Rodovia BR-232, Rodovia Luiz Gonzaga, no trecho que liga Recife a Parnamirim, interior de Pernambuco. O reconhecimento do trabalho de J. Borges conferiu a suas gravuras e imagens uma reputação de “pureza” e “autenticidade”, uma espécie de grife cunhada em catálogos de empresas, quadros domésticos, gravuras ampliadas, calendários institucionais, camisetas, CDs, DVDs, entre outros. O trabalho de J. Borges tornou-se, em uma palavra, um signo de *distinção* que potencializa o valor atribuído às *expressões artísticas das tradições sertanejo-nordestinas*. Embora os direitos de imagem do trabalho de J. Borges se diluam diante dos fluxos comunicacionais e informacionais dinamizados nos circuitos da rede mundial de computadores, a Internet, o autor possui um relativo controle dos usos de imagem do seu trabalho. No entanto, cabe indagar em que medida as sugestões de mudanças apresentadas antes no âmbito do direito autoral podem beneficiar gravuristas e cordelista menos conhecidos, como os que vendem seus folhetos na Feira de Caruaru?

Caruaru concentra em sua feira hoje um dos maiores acervos de gravuras e cordéis do país, abrigando uma academia local de cordel, um museu do cordel e oficinas de folheterias no Alto do Moura, mobilizando as energias criativas de diversos artistas e poetas populares. Esses trabalhos estão condensados hoje em diversos acervos particulares e institucionais espalhados pelo Brasil e pelo mundo, como a Cordelteca do Centro

Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP); o acervo da Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro; o acervo do Instituto de Estudos Brasileiros, da USP; a Casa da Xilogravura, em Campos do Jordão, SP; a Galeria Alliance Française, em São Paulo; o Museu Abelardo Rodrigues, em Salvador; o acervo da Academia Brasileira de Literatura de Cordel, situada no Bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro; as feiras populares e centros culturais, como o Centro de Tradições Nordestinas Luiz Gonzaga, na Feira de São Cristóvão, Zona Norte do Rio de Janeiro e o Centro de Tradições Nordestinas de São Paulo, localizado no bairro do Limão, entre outros.

Diante da dispersão e do volume desses trabalhos e, sobretudo, das relações entre os meios de circulação e as formas de consumo simbólico, vê-se que os usos de imagens das criações artísticas populares são muitos, o que atesta como são demasiado complexas as relações entre direito autoral e *patrimônio cultural imaterial*. Tanto os objetos da arte figurativa dos ceramistas do Alto do Moura, em Caruaru, quanto os gravuristas e cordelistas de Caruaru e outros centros de criação foram, ainda que indiretamente, registrados e premiados com o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*, visto que em 2006 a Feira de Caruaru foi registrada no Livro dos Lugares como *Patrimônio Cultural do Brasil*, título instituído pelo Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, que também criou o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial*. A principal justificativa contida no dossiê final do processo de registro da Feira de Caruaru, e aceita pelo Conselho Consultivo do IPHAN, foi de que o espaço da feira abriga um conjunto multifacetado de saberes, fazeres, oralidades, memórias, formas de *expressão e manifestações* que concorrem para a consecução de uma espécie de espaço-síntese da imaterialidade do *sertão* nordestino.

A feira mantém o seu caráter de um lugar de criação e de exposição da criatividade popular tanto em seus aspectos tradicionais como em sua capacidade de recriação, invenção e inovação. Puxando o fio da tradição e re-inventando-se cotidianamente Saberes relacionados à medicina popular e ao conhecimento dos usos de ervas e plantas; ofícios relativos à confecção de utensílios e objetos de flandres, de couro, de barro, de pano tecido à mão, de palha, de vime; modos artesanais de fazer farinha, gomas, doces, bolos e outras comidas nordestinas; produtos como o fumo de rolo; criações e expressões artísticas populares como o artesanato figurativo de barro, o cordel, as bandas de pífanos, a poesia, a música e o canto dos emboladores e repentistas encontram, ainda, na feira de Caruaru um espaço importante para continuarem existindo e se reproduzindo (DPI|IPHAN).

Figura 14. Fotografia da Feira de Caruaru na década de 30 do século passado e na década atual.



Fonte: IPHAN.

Os dois exemplos explorados conformam interdependências muito estreitas entre si diante dos fluxos de imagens e circulação de signos que os novos meios e suportes tecnológicos acionam e dinamizam. Esses suportes e meios, como câmaras digitais, celulares, *DVDs*, *CDs*, *pen drives*, entre outros, capturam e circulam conteúdos (imagens e sons) a maioria das vezes às expensas de seus criadores e realizadores. Tanto os bonecos de barro da arte figurativa, quanto às gravuras e imagens xilográficas são objeto de utilização em diversos meios e mídias (capa de *CDs*, de *DVDs*, livros, sítios na Internet, catálogos, álbuns, entre outros) que se realizam a revelia das garantias dos direitos de imagem e do direito autoral.

Os usos do registro e do título de *Patrimônio Cultural do Brasil* concedidos à Feira de Caruaru serão destacados e analisados no capítulo seguinte. Por ora, importa acentuar que a *criatividade* artístico-popular reputada ao *sertão* nordestino tem sido manejada como um grande recurso discursivo que busca acomodar, através de políticas culturais específicas, as matrizes expressivas do *sertão* nordestino (como a arte figurativa e as gravuras xilográficas) ao repertório discursivo engendrado em âmbito transnacional, o *repertório UNESCO*.

Figura 15: comercialização dos folhetos de cordel na Feira de Caruaru – PE.



Fonte: DPI|IPHAN.

Capítulo III. Estado, mercado simbólico e políticas culturais públicas: tecendo o sertão.

3.1 O Estado e a dinâmica da economia da cultura no Brasil: política cultural e mercado simbólico.

Estamos prontos para atuar na periferia das grandes cidades, para recompor nosso patrimônio, para incrementar a capacidade de inclusão social da cultura como setor econômico da economia brasileira (...) O combate à exclusão Social passa necessariamente por uma ação de inclusão cultural que garanta a pluralidade de nossos fazeres, o acesso universal aos bens e serviços culturais, e à criação, produção e difusão desses mesmos bens.

Gilberto Gil, ex-ministro da cultura.

Entendemos que o desenvolvimento sem cultura é um mito. O BNB, ao trabalhar a concessão de crédito para todas as camadas da população, tem também no vetor cultura um importante meio de fortalecimento regional.

Roberto Smith
Presidente do Banco do Nordeste (BNB).
Sousa-PB, 25/06/2007

Diante do que foi apresentado e analisado na primeira parte deste trabalho, cumpre perguntar como a administração cultural pública brasileira (entendida a partir de uma rede complexa de instituições federais, estaduais e municipais ocupadas com o tema da cultura) vem manejando e remanejando o repertório discursivo que abarca as relações entre as categorias de *indústrias da criatividade, patrimônio cultural imaterial, cultura tradicional e popular, diversidade cultural e cultura e desenvolvimento?* Para responder a essa indagação, é necessário situar a posição da administração cultural pública nos labirintos da economia da cultura hoje no Brasil. A partir desse movimento, pretende-se perseguir a hipótese de que é o Estado, através de determinadas políticas culturais públicas nos três níveis administrativos e governamentais, o principal agente de organização, legitimação e dinamização de um mercado de bens e serviços culturais amparado no valor social conferido à *tradição e à autenticidade*.

É mediante esse valor que se torna possível um mercado cultural específico, como a *economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina*. Para demonstrar a validade dessa hipótese serão analisados dois programas culturais específicos no âmbito do processo político de *constitucionalização da cultura* coordenado pelo Ministério da Cultura (Minc, 2006). Em meio à análise desses dois programas (o Programa *Cultura Viva* e o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial – PNPI*), procurar-se-á analisar os usos e contra-usos das categorias inscritas no novo repertório discursivo trabalhado no capítulo anterior. A última seção deste capítulo, por sua vez, traz as formas de utilização dessas mesmas categorias por parte de algumas empresas públicas para a formulação de suas políticas culturais, que investem no valor conferido a *tradição|autenticidade da cultura popular sertanejo-nordestina* para legitimar e promover suas marcas. Por fim, o último capítulo deste trabalho busca problematizar e analisar os processos de atualização do valor atribuído à *tradição|autenticidade* dentro de específicos nichos de consumo simbólico, destacando, mais uma vez, os bens e serviços culturais cujos conteúdos portam os signos da *cultura popular sertanejo-nordestina*.

* * *

No Brasil a economia da cultura diz respeito a uma teia complexa, multifacetada e interdependente, composta por diversas atividades e serviços que compreendem a produção, a circulação e o consumo. Esses três níveis ou eixo de organização da economia da cultura abrigam o setor propriamente privado, o setor público e as organizações não-governamentais (ONGs). O que se segue busca apresentar e problematizar as especificidades das organizações e instituições públicas nas malhas de tessitura da economia da cultura, assim como suas interfaces com o setor privado e as organizações não-governamentais (ONGs).

Do ponto de vista legal, o Estado, através de suas organizações (ministério, secretarias, departamentos e entidades vinculadas, como fundações e institutos), não atua diretamente como produtor de bens e serviços culturais. Diferente dos anos setenta e oitenta, quando o Estado brasileiro possuiu empresas produtoras de bens culturais, como a Empresa Brasileira de Filmes (a EMBRAFILME), a partir da constituição de 1988 os órgãos estatais ligados à administração direta atuam como coordenadores, planejadores e executores de

políticas públicas de cultura, e não como empresas específicas. No entanto, ao criar mecanismos de incentivo à produção cultural, seja na forma de incentivos fiscais, seja por meio de recursos orçamentários próprios, o Estado acaba atuando diretamente na produção de bens e serviços culturais, dinamizando a economia da cultura no país.

3.1.1 Produção: financiamento e trabalho.

Segundo o SEBRAE¹²³ (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), as atividades de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais correspondem ao setor mais dinâmico e promissor da economia mundial, crescendo a média de 6,3% ao ano, quando a média do somatório geral da economia cresce cerca de 5,7%. Esse mesmo setor, embora a pesquisa ressalte a inexistência de dados sistematizados e coordenados, representa cerca de 4% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. As famílias brasileiras gastaram em média, em 2003, cerca de 6% do orçamento com bens e serviços culturais. Segundo o Banco Mundial, a economia da cultura corresponde a 7% do PIB mundial (2003), sendo que na Inglaterra representa 8,2% (2001) do PIB, crescendo 8% ao ano desde 1997 e empregando 6,4% da força de trabalho nacional. Já nos Estados Unidos, país que detém o maior produto interno bruto do mundo, a economia da cultura corresponde a 6% do PIB e 4% da força de trabalho nacional¹²⁴.

Da produção, seja de um bem (um *DvD*, um *CD*, um livro ou qualquer outro suporte) ou de um serviço cultural (uma apresentação teatral, um concurso de quadrilha junina, um *show* musical, uma exposição fotográfica, entre tantos outros), fazem parte tanto as empresas, organizações e corporações privadas (como as emissoras de televisão, rádio, as companhias cinematográficas, as cadeias de jornais impressos, os grupos editoriais, as empresas e grupos de multimídia, entre outras), quanto as organizações e instituições públicas, assim como empresas estatais e de capital misto. A produção corresponde à parte mais industrializada da economia da cultura, pois lida com os mecanismos técnicos de fabricação dos suportes, de desenvolvimento de novos processos de reprodução em série e artefatos de automação. Nesse elo específico experimentaram-se, desde os anos sessenta,

¹²³ Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE na cultura e entretenimento, série documentos, SEBRAE, 2007.

¹²⁴ Todos esses dados referem-se aos períodos imediatamente anteriores ao desencadeamento e aprofundamento da crise financeira global, ocorrida a partir de setembro de 2008.

os principais saltos de inovação na área de tecnologia da informação, que culminaram na miniaturização dos suportes, na sintetização das fases de produção, no desenvolvimento das tecnologias digitais e das mídias integradas.

A produção cultural é composta principalmente por duas dimensões interdependentes: o financiamento e o emprego e\ou trabalho cultural. Em todo o mundo existem formas de financiamento e arranjos jurídico-financeiros destinados ao incentivo da produção cultural. Na grande maioria dos mercados simbólico-culturais nacionais e transnacionais as chamadas *indústrias culturais* prescindem de incentivos públicos. Devido à expansão verificada na segunda metade do século passado, quando o processo de *industrialização do simbólico* tornou-se um dos vetores mais decisivos de acumulação e expansão do capital industrial, corroborando para a estruturação das economias pós-industriais (BELL, 1973), os setores fonográfico, editorial e áudio-visual estruturaram seus mercados na maioria das vezes às expensas das políticas culturais públicas.

Em todo mundo a esfera privada ocupa um percentual muito maior do que a esfera pública no que toca a produção de bens e serviços culturais. Os principais setores da produção cultural privada hoje no mundo são o audiovisual, o fonográfico e o editorial, além dos grupos de multimídia e Internet. Nos Estados Unidos apenas 15,72%¹²⁵ do PIB (Produto Interno Bruto) da cultura é de origem pública, sendo a Suécia o país que apresenta o maior percentual de participação da esfera pública, 28,08% do chamado PIB da cultura. Estima-se que o PIB da cultura no Brasil tenha alcançado, em 2003, cerca de 4% do Produto Interno Bruto gerado no país naquele ano, o que representou cerca de 40 bilhões, sendo que os recursos de origem pública não ultrapassaram a casa dos quatro bilhões de reais, ou seja, menos de 10%. Esse percentual, no entanto, não é inteiramente fidedigno, já que os maiores captadores das leis de incentivo fiscal, que fazem parte de recursos de origem pública, são empresas estatais ou de capital misto, como a Petrobrás e o Banco do Brasil.

É necessário destacar que as empresas e organizações da produção cultural privada são as que mais ofertam bens e serviços culturais na economia da cultura e, ao contrário das empresas que atuam em outros ramos da economia que incentivam a produção cultural e também do Estado, atuam diretamente como organizações exclusivas de produção de bens e serviços culturais. Os números referentes ao faturamento da esfera da produção cultural

¹²⁵ Carla Fonseca Reis, *Marketing Cultural*. 1º edição, editora Thomson, São Paulo, 2003, p. 231.

privada permitem perceber com clareza que as empresas e organizações culturais privadas (sobretudo aquelas ligadas aos serviços audiovisuais, fonográfico e editorial) dinamizam a economia da cultura a partir de complexos organizacionais (atuação em diversos ramos e linguagens) que movimentam um grande volume de recursos financeiros. As formas de financiamento da esfera privada, devido à alta lucratividade do setor e às possibilidades de expansão e incorporação de novos setores, são de auto-financiamento¹²⁶.

Os mercados fonográfico, editorial e áudio-visual no Brasil, por exemplo, vêm apresentando um crescimento regular desde a segunda metade do século. O mercado editorial, por exemplo, mesmo convivendo com altas taxas de analfabetismo no país, apresentou um volume de venda superior a outros setores, exibindo, apenas no segmento revistas, um volume de vendas, em 2000, de 450 milhões de exemplares¹²⁷, um índice de 2,6 revistas por habitante. De 1994 a 1999 o segmento de revistas dobrou seu número de tiragem e vendas. As oito principais editoras do segmento faturaram juntas em 2000 R\$ 1.530 milhões, sendo que a *Editora Abril*, com um faturamento de R\$ 955 milhões, encabeça a lista, seguida pela *Editora Globo*, com R\$ 252 milhões. Já o segmento jornal, por seu turno, apresentou um faturamento de aproximadamente R\$ 2.798.966 mil, com uma circulação diária de 7,883 milhões de exemplares e uma cobertura de 72% do território nacional¹²⁸.

O mercado do audiovisual, que abriga um complexo de serviços e bens ligados ao cinema, rádio e televisão, ao mesmo tempo em que apresenta uma diversificação das linguagens, comporta um público crescente e heterogêneo. Embora o público de freqüentadores de salas de cinema, por exemplo, tenha caído de 200 milhões, em 1971, para 70 milhões, em 1998, o número de expectadores no total aumentou. A rigor, o mercado do audiovisual possui uma grande diversidade de formas de acesso aos conteúdos exibidos. Por exemplo, o número de videolocadoras aumentou significativamente nos anos noventa do século passado. Segundo o IBGE¹²⁹, de acordo com dados de 2000, apenas 69 municípios, dos 908 municípios brasileiros com população entre 20 e 50 mil habitantes, não possuíam videolocadoras. Hoje, oito anos após a apresentação desses dados, sabe-se

¹²⁶ Embora algumas organizações privadas, como foi o caso da *TV Globo*, em 2006, às vezes recorram ao Estado visando obter financiamentos e empréstimos para determinados setores de atuação.

¹²⁷ *Indústrias culturais no Mercosul*, Nestor Garcia Canclini (Org), 1ª edição, Instituto Brasileiro de Relações Internacionais (UnB), Brasília, 2003.

¹²⁸ *Indústrias culturais no Mercosul*. Nestor Garcia Canclini (Org), 1ª edição, Instituto Brasileiro de Relações Internacionais (UnB), Brasília, 2003.

¹²⁹ *Estatísticas do século XX no Brasil*, Brasília, 2005.

que essas locadoras são ainda mais numerosas e alugam não mais fitas de vídeo, mas os suportes digitalizados, como os *CDs* e *DVDs*.

Essa capilaridade do mercado audiovisual pode ser constatada através da disseminação do rádio e da televisão. Segundo o Ministério das Comunicações, em 1999 havia 7998 empresas de radiodifusão, a maioria delas concentradas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia. Em 1970 existiam 64 aparelhos de televisão para cada 1000 habitantes no Brasil, em 2000 essa relação era de 224 aparelhos para cada grupo de 1000 habitantes ou uma TV para cada quatro ou cinco habitantes. Em 1996 foram vendidos uma média de 800 mil aparelhos de TV por mês. As redes de TV aberta chegavam em 2000 a 5.506 municípios em todo Brasil, possuindo uma penetração de quase 100%, sendo que a *TV Globo* estava sintonizada em 5407 municípios, o *SBT* (Sistema Brasileiro de Televisão) em 4.881 municípios, a *Bandeirantes* em 4.153 e a *Record* em 2.174. Em 2001 90% da população brasileira tinham acesso à televisão e 88% ao rádio¹³⁰.

Durante a década de noventa houve uma diversificação dos canais transmitidos, assim como uma alteração no público. Durante o período, a TV por assinatura passou de 250 mil assinantes, em 1993, para 3.441.875, em 2000, o que exigiu investimentos da ordem de R\$ 524 milhões, obtendo um faturamento de R\$ 673 milhões. O segmento de TV a cabo estava presente, quando da realização da pesquisa, em 368 municípios, em todas as cidades com mais de um milhão de habitantes, e presente nos domicílios com maior poder aquisitivo. No ano 2000 as 40 principais empresas de televisão faturaram juntos R\$ 3.161,167 milhões, sendo que a TV Globo ficou com aproximadamente R\$ 2100 milhões desse faturamento, distribuído entre TV a cabo, TV aberta e TV por satélite.

Essa mesma tendência de expansão, capilaridade e acumulação se verifica no mercado fonográfico. Em 1998 o mercado fonográfico brasileiro representava cerca de 3% das vendas mundiais, concentrado nas cinco principais gravadoras mundiais, apresentando uma produção de cerca de 105,30 milhões de unidades e uma dinâmica de ocupação de 70 mil empregos diretos e indiretos. No mesmo ano, a arrecadação desse mercado chegou a R\$ 112.521.118,53, sendo que 88% dessa arrecadação corresponderam a obras de artistas nacionais. Após o crescimento da rede mundial de computadores e de suas correspondentes formas de produção e reprodução de sons a dinâmica de faturamento do mercado fonográfico passou a ser mais multifacetada, deslocando parte da produção para pequenas

¹³⁰ *Indústrias culturais no Mercosul*, Nestor Garcia Canclini (Org). 1º edição, Instituto Brasileiro de Relações Nacionais (UnB), Brasília, 2003.

gravadoras. Se for realizado o somatório do faturamento das principais empresas dos três mercados destacados, teríamos um montante superior, em 2000, a R\$ 11.477,05 milhões.

Como se verá na terceira seção deste capítulo, os mecanismos de financiamento (as leis de incentivo criadas a partir dos anos oitenta) consistem no poder de concessão e delegação feita pelo Estado. Diante do imperativo e do direito da cobrança de tributos e toda sorte de impostos e taxas que incidem sobre a produção, circulação e comercialização de determinados serviços e produtos, o Estado (nesse caso, o ente federativo com maior poder de tributação, a União) passou a permitir que empresas que apresentassem e realizassem atividades culturais (serviços, bens, eventos, *shows*, entre outros) pudessem descontar parte ou a totalidade dos recursos despendidos para a realização dessas atividades nos impostos devidos, principalmente no imposto de renda das pessoas jurídicas. A partir de então, criou-se uma sistemática de financiamento cultural híbrido: o financiamento privado com recursos públicos.

O financiamento da esfera pública se divide em duas categorias de recursos: os diretos, oriundos dos recursos orçamentários das instituições públicas (municipais, estaduais e federais) ocupadas com o tema da cultura e os indiretos, oriundos da renúncia fiscal promovida pelas leis de incentivo, também de caráter municipal, estadual e federal. Ambos os recursos fazem parte do desenho geral das políticas culturais no Brasil nas últimas três décadas. O exemplo do financiamento na esfera federal pode ser esclarecedor.

Após a recriação do Ministério da Cultura, em 1992¹³¹, alguns mecanismos legais foram criados no sentido de fornecer maior regularidade de financiamento às políticas culturais. Assim foram criados, em 1995, o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART), além da criação da principal lei de incentivo fiscal, a lei Rouanet¹³² e o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). Em 1993 foi criada a lei do Audiovisual, mais tarde aprimorada e complementada pela criação do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE), a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e o Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINE).

¹³¹ O Ministério da Cultura foi extinto em 1990, no início da gestão do ex-presidente da República Fernando Collor de Melo, reduzido à condição de Secretaria Especial ligada à Presidência da República. Em 1992, durante a gestão do ex-presidente Itamar Franco, o Ministério da Cultura foi recriado.

¹³² Em fevereiro de 2009 o Ministério da Cultura passou a realizar uma consulta pública em seu sítio na Internet visando a reforma da Lei Rouanet.

O Estado brasileiro, mediante os Artigos 215 e 216 da Constituição Federal, estabelece como um dos direitos fundamentais o direito à cultura, derivando desse direito um conjunto de garantias que passaram a se estabelecer em âmbito nacional. Diante da obrigatoriedade do Estado cumprir as determinações constitucionais, os agentes públicos vêm se empenhando na institucionalização da cultura como política oficial de Estado. Isso quer dizer que os princípios jurídicos presentes na Constituição e os direitos lá estabelecidos começam a ganhar viabilidade política, a partir da qual um conjunto de instrumentos de gestão começaram a ser desenvolvidos. Assim, a partir do início dessa década algumas modificações legais foram sendo instituídas no sentido conferir uma maior institucionalidade ao tema da *cultura*, fornecendo maior densidade legal ao processo de *constitucionalização da cultura* (MINC, 2006).

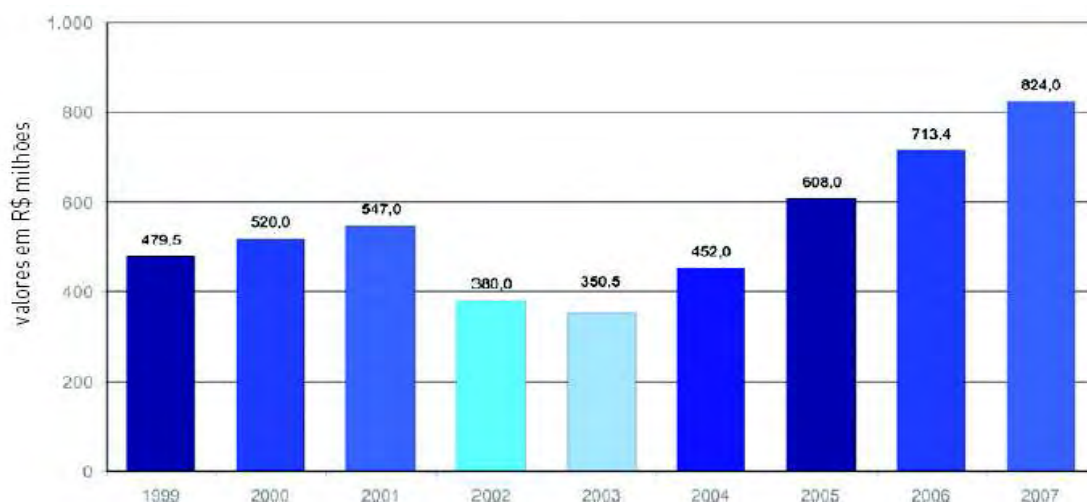
Hoje a estrutura do financiamento na esfera federal está distribuída da seguinte forma: recursos orçamentários, nos quais se insere os recursos destinados ao Fundo Nacional de Cultura (FNC) e aos quais se acrescentam os orçamentos das instituições que formam o Sistema Federal de Cultura (SFC), Ministério da Cultura, institutos, fundações e entidades vinculadas, como o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN); os incentivos fiscais, que permitem às empresas (pessoas jurídicas) e aos indivíduos (pessoas físicas) descontarem parte dos impostos devidos mediante o apoio, a doação e/ou patrocínio a atividades culturais; e, por fim, os fundos de investimento, como FINCART e FUNCINE, que até 2003 apresentavam um baixo aporte de recursos.

Segundo dados do IPEA¹³³, a taxa de investimento decorrente de incentivos fiscais vem se mantendo regular, crescendo a média de 1% ao ano, ao passo que a taxa de variação média da renúncia fiscal foi da ordem de 1,1%%, tendo uma queda em relação aos anos anteriores somente em 2002. Em 2005 os recursos advindos das leis de incentivo praticamente corresponderam à metade do financiamento presente na esfera federal. As empresas estatais ou de capital misto, como o Banco do Brasil e a Petrobrás, são as que mais vêm utilizando as leis de incentivo fiscais. Somente a Petrobrás, em 2002, respondeu por aproximadamente 45% dos recursos oriundos dos incentivos fiscais. Os recursos de origem dos incentivos se concentram em poucas empresas, cerca de 15 delas abarcam 60% do montante de incentivos e se concentram na região Sudeste e Nordeste.

¹³³ *Cadernos de política cultural: acompanhamento e análise*, Vol. II. Ministério da Cultura, Brasília, 2006.

No que diz respeito ao orçamento da união para a administração direta e indireta nos últimos anos, verifica-se um aumento significativo dos recursos destinados à administração direta (Minc e Fundo Nacional de Cultura). Os recursos da administração direta apresentaram uma evolução, alcançando, em 2002, 43,7% dos recursos destinados ao Sistema Federal de Cultura, sendo que em 1995 apresentava apenas 35,2% dos recursos destinados ao sistema. Por sua vez, a administração indireta alcançou, em 2002, 55,6% dos recursos do sistema do SFC, apresentando uma queda em relação a 1995, quando era de 64,8%. Nesse quadro, nota-se, como fator mais marcante, o crescimento dos volumes do FNC. Em 2002 os recursos do FNC eram quase três vezes maiores que 1995.

Gráfico 09. Orçamento do Ministério da Cultura, 1999-2007.

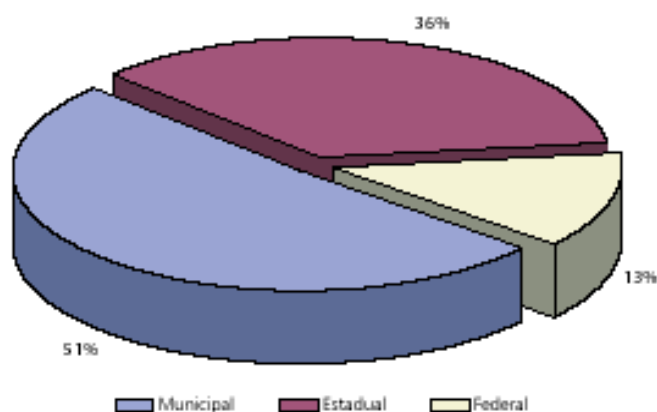


Fonte: Ministério da Cultura. Números atualizados pelo IGP-DI de dezembro de 2007.

Embora o gráfico não apresente, o orçamento do Ministério da Cultura em 2008 superou a fronteira de um bilhão de reais (1.277,036 535 R\$). Se comparados ao ano de 2003 (primeiro ano da atual gestão) os valores dos recursos aumentaram em mais de 100%. No entanto, em 2004 (segundo ano da atual gestão) os recursos se mantiveram a baixo do ano de 2001, penúltimo ano da gestão Wefort. O orçamento de 2008 alcançou 0,52% da arrecadação dos impostos federais, evidenciando um aumento de cerca de 60% em relação ao ano de 2003 (primeiro ano da atual gestão), quando alcançou apenas 0,35% dos impostos federais, mas ainda muito distante da meta de 2% dos impostos federais estabelecida pelos agentes e gestores culturais (PNC|MINC).

O financiamento da administração cultural pública, somando-se a administração direta e indireta, decorrente de fontes orçamentárias próprias, totalizou, em 2003, nos três níveis governamentais, cerca de R\$ 2.157 bilhões. Esse financiamento foi destinado a ações e políticas culturais (eventos, equipamentos, programas, concursos, editais públicos, etc) em diversos setores culturais e artísticos, cinema e audiovisual, artes plásticas, música, teatro, patrimônio imaterial e material, museus, bibliotecas, entre outros. Do montante desse financiamento a esfera municipal corresponde a 51% dos recursos, a esfera estadual 36% e a esfera federal da administração apenas 13%.

Gráfico 10: Dispêndios culturais por nível de governo.



Fonte: STN/Siafi/Sidor.

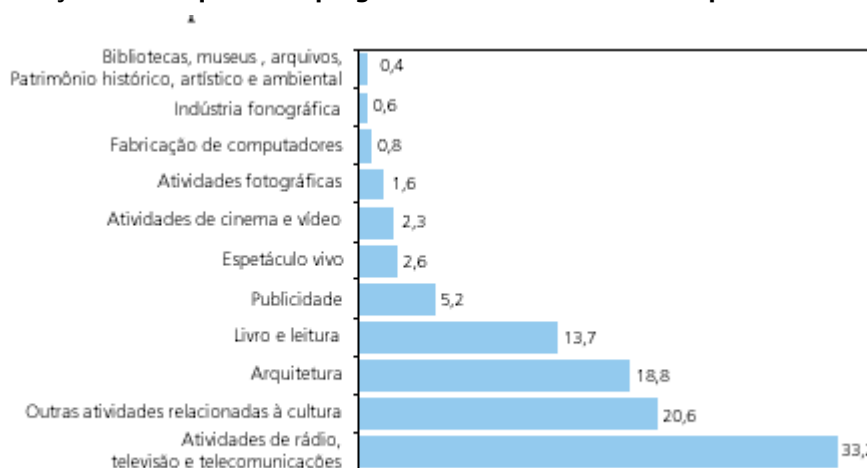
Esse desequilíbrio se acentua ainda mais quando se comparam as regiões nacionais. O financiamento alcança nos municípios da região Sudeste cerca de 62% do total dos recursos da região e 67% nos municípios da região Sul. Somente os municípios do Rio de Janeiro e São Paulo concentram cerca de 20% do total de investimentos e dispêndios municipais no país, sendo que os municípios das capitais alcançam 32,3% do financiamento municipal, ao passo que os municípios com menos de 5000 mil habitantes respondem com apenas 3% do total de recursos, ficando inteiramente dependentes das transferências federais e estaduais.

A segunda dimensão que constitui a produção cultural, e que é imprescindível para a compreensão das especificidades da economia da cultura no Brasil, corresponde a estrutura de ocupação, trabalho e emprego existente nos setores culturais. Os dados disponíveis acerca da dinâmica ocupacional da economia da cultura apresentam ainda tendências do

final dos anos noventa e início dessa década, mas já permitem antever que três regularidades se mantiveram: a escolaridade dos trabalhadores culturais é maior que a média verificada em outros mercados e setores da economia, os valores que constituem a massa salarial desses trabalhadores também são superiores àqueles encontrada em outros segmentos e, por fim, o grau de informalidade do trabalho cultural é bem menor quando comparado aos demais setores.

Desde a gastronomia, passando por um espetáculo de arte, chegando a um documentário, até a promoção de uma festa popular, tudo envolve a presença dos profissionais da cultura, encerrados em uma hierarquia de atividades e funções que também confere a esse mercado um nível de desigualdade e concentração (tanto de renda quanto de região) muito acentuado. À medida que a produção cultural se expande (como vem ocorrendo nos últimos anos, sobretudo por meio das leis de incentivo fiscal e do esboço de políticas culturais privadas) também cresce a demanda pelos profissionais da cultura.

Como se pode perceber a partir do gráfico 11, o setor que apresenta o maior percentual de empregos formais é o setor de rádio e televisão. Esse fenômeno se explica pelo grau de aprimoramento técnico e expansão que a televisão e o setor áudio-visual vêm tendo no Brasil. A infra-estrutura técnica desse setor (linhas de transmissão, cabos de ligação, conectividade, torres de transmissão e recepção, entre outros) exige um grande e variado número de profissionais: engenheiros de telecomunicações, engenheiros eletrônicos, técnicos de som, operadores de um modo geral, consultores, pesquisadores, atores, agentes de comunicação e muitos outros. No entanto, de 1994 a 2002 houve uma redução de cerca de 6% do número de profissionais empregados nesse setor. Tal redução se deve a eliminação de postos de trabalhos que se tornaram obsoletos dentro da dinâmica do setor, passando a ser suprido por profissionais da área digital.

Gráfico 11. Distribuição do estoque de empregos formais do setor cultural por atividade

Fonte: Rais, 2002.

A estrutura da ocupação do trabalho cultural atesta que a expansão da produção cultural brasileira e a consolidação da cultura como políticas de Estado (nos três níveis da administração pública) estão acompanhados do processo de profissionalização da cultura. Embora os dados sejam bastante evasivos (como se pode perceber no penúltimo item do gráfico acima, “outras atividades relacionadas à cultura”, que representa mais de 20% do trabalho cultural) é possível sustentar que o processo de profissionalização da cultura está inscrito em um movimento maior de inserção da produção simbólica nas contas do capitalismo global. O caráter demasiado formal e evasivo dos dados destacado antes decorre da dificuldade de se estabelecer critérios de mensuração de ordem lógico-matemático para se mensurar a envergadura e complexidade da produção simbólica.

3.1.2 Circulação: equipamentos culturais públicos.

A circulação responde a oferta e constituição da infra-estrutura de equipamentos técnicos capazes de transmitir e criar as condições de fruição artístico-cultural. Aqui é preciso esclarecer que a circulação de bens e serviços culturais não se processa sem a presença dos chamados equipamentos culturais. Esses abarcam uma infinidade de suportes (aparelhos de recepção e produção), de locais e espaços (centros de cultura, teatros, casas de *shows*, museus, salas de espetáculos, locais de exibição, entre outros). Tanto a esfera pública (pensada nos três níveis da administração pública e também nas empresas que utilizam os dispositivos legais de incentivo à cultura) quanto à esfera privada (pensada a partir das empresas e organizações de comunicação e cultura) atuam diretamente na

circulação. No entanto, nos concentraremos nos equipamentos culturais públicos ou semipúblicos.

Segundo Frederico Barbosa da Silva¹³⁴, em 2002, os dispêndios culturais das famílias brasileiras atingiram cerca de 3% do gasto familiar total naquele ano, algo em torno de R\$ 30 bilhões, cerca de 2,5% do PIB. Desse montante, predominam as despesas com fruição de bens culturais no âmbito do lar, cerca de 80% do gasto total, o que corresponde a aproximadamente R\$ 24 bilhões, ficando as despesas realizadas fora dos domicílios com cerca de 20%, ou seja, cerca de R\$ 6 bilhões. Predominam nas atividades fora do lar, segundo o autor, as saídas ao cinema, aos espetáculos ao vivo e artísticos. Para a realização dessas saídas, isto é, para a realização da experiência do consumo cultural fora do lar é imprescindível a existência dos equipamentos culturais. No Brasil, a grande maioria dos equipamentos culturais se concentra nos centros metropolitanos, especialmente nos municípios com alta densidade urbano-populacional, onde as prefeituras administram com recursos próprios os equipamentos culturais e algumas empresas mantêm espaços próprios, como os centros culturais e casas de *shows*.

Tabela 2. Grupos de equipamentos culturais

Grupo 1	Equipamentos culturais, belas-Artes	Bibliotecas, museus, teatro ou casa de espetáculos, cinemas, bandas de música, orquestras
Grupo 2	Equipamentos de lazer	Clubes e associações recreativas, estádios e ginásios poliesportivos
Grupo 3	Equipamentos privados de Distribuição de bens culturais	Videolocadoras, loja de discos, CDs e fitas, livrarias, shopping center
Grupo 4	Cinema e audiovisual	Estação de rádio AM e FM, geradora de TV, provedor de Internet, cinema

Fonte: Ministério da cultura.

Há no Brasil ainda uma grande disparidade na distribuição dos equipamentos culturais. Apenas 17% do total de municípios brasileiros possuem uma média e alta densidade de equipamentos culturais. Desse total apenas 1% dos municípios, aqueles com mais de um milhão de habitantes, possuem alta densidade de equipamentos culturais. As dez maiores regiões metropolitanas do país (Belém, Belo Horizonte, São Paulo, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e Salvador) apresentam uma densa presença

¹³⁴ *Cadernos de Políticas culturais: acompanhamento e análise*, Vol. II Ministério da Cultura.

de equipamentos culturais, sendo que livrarias, lojas de discos e bibliotecas são os equipamentos predominantes.

Além dos equipamentos culturais existentes no âmbito das administrações municipais, há uma rede de espaços e estabelecimentos financiados e administrados por empresas privadas, estatais e/ou de capital misto. No âmbito das organizações privadas, destacam-se os centros culturais mantidos pela Fundação Cultural Itaú, sendo o maior sediado na grande São Paulo; já no âmbito das instituições controladas pelo Estado, destacam-se os complexos culturais da Caixa Econômica Federal, sediados em cidades como Rio de Janeiro e Brasília e também os Centros Culturais do Banco do Nordeste, sediados em Fortaleza, CE, na região semi-árida do Cariri, entre os Estados do Ceará, Piauí e Pernambuco, mais precisamente na cidade de Juazeiro do Norte, CE e o Centro Cultural de Souza, PB; além dos centros culturais do Banco do Brasil, com sede em cidades como Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Recife.

A mobilização de um exemplo talvez seja suficiente para demonstrar a relevância dos equipamentos culturais para a consecução do consumo simbólico e irrigação dos diques da economia da cultura. A maioria das feiras culturais (como o mercado cultural realizado em Salvador, BA, desde meados dos anos noventa), dos festivais de cinema alternativo (como Festival Internacional de Cinema da Chapada Diamantina, realizado em Iraquara, BA, em 2006) e música independente (como o Festival de *Jazz e Blues* de Guarimiranga, CE), são realizados nos equipamentos culturais (casas de cultura, clubes esportivos, centros de artesanato, entre outros) dos pequenos e médios municípios brasileiros.

Segundo essa senda, vale destacar a pesquisa realizada pelo Fórum Nacional dos Organizadores de Eventos Audiovisuais publicada em 2007, que demonstra, entre outros elementos, como a densidade de equipamentos culturais corrobora para a tessitura organizacional de feiras, festivais, festas, entre outros eventos que dinamizam a economia da cultura através do eixo da circulação de bens e serviços culturais. Em 1999 foram realizados 39 festivais de cinema no país, em 2006 o número de festivais saltou para 132. Desses, 51% foram realizados na região Sudeste e 16% na região Nordeste. Segundo a pesquisa, cerca de 52% dos conteúdos exibidos durante os festivais foram apresentados em salas adaptadas de espaços culturais (bibliotecas, casas de cultura, museus, entre outros). Os festivais movimentaram, em 2006, um total de R\$ 59.976.403,00, perfazendo um total de aproximadamente 6000 mil empregos diretos, distribuídos em diversas atividades. Os

Estados de Goiás, Amazonas, Rio de Janeiro e Ceará foram os que mais captaram recursos advindos das leis de incentivo, sendo que do total de recursos, cerca de 43% foram captados junto à lei Rouanet¹³⁵.

De acordo com a pesquisa, as empresas do setor de infra-estrutura audiovisual participaram diretamente do apoio ao circuito dos festivais, como a *Labocine, Kodak, Link Digital, Estúdios Mega, Megacolor, Casablanca*, entre outras. Os órgãos da esfera da administração federal relacionados ao audiovisual também participaram ativamente da estruturação dos festivais, como, por exemplo, o Centro Técnico Audiovisual (CTAV), ligado a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, a Agência Nacional de Cinema (Ancine), o Ministério da Indústria e Comércio Exterior, o Banco Nacional de Desenvolvimento e Econômico Social (BNDES), assim como empresas estatais e/ou de capital misto, como o *Banco do Brasil, a Petrobrás, Eletrobrás, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal, Infraero, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Companhia Hidroelétrica do São Francisco (CHESF)*, entre outras, além de empresas privadas, como a *Rede Brasil, Canal Brasil*, companhias aéreas, redes de restaurantes e hotéis.

A grande maioria das políticas culturais públicas (nos três níveis da administração pública) atua, simultaneamente, como produtoras e demandantes de bens e serviços culturais. Essas políticas se destinam ao consumo externo, pois desenvolvem suas lógicas de realização (organização, logística e acesso) a partir dos equipamentos culturais públicos ou semipúblicos, como os equipamentos culturais arrolados antes. Ao realizar o planejamento de um festival de cinema, como ficou evidenciado através do exemplo do Fórum de Festivais, de uma feira de artesanato, de um espetáculo de dança, da apresentação de grupos de *cultura tradicional e popular*, de um festival de teatro, de um circuito de música regional ou alternativa, de um *show* popular, de uma orquestra sinfônica, dos festejos das *tradições populares*, como o ciclo de festas juninas, entre outros, os órgãos da administração cultural o fazem amparado nos princípios de visibilização e acessibilidade.

Por exemplo, a prefeitura municipal do Rio de Janeiro concentra as comemorações e celebrações do ciclo de festas juninas da cidade no Centro de Tradições Luiz Gonzaga, mais conhecido como feira de São Cristóvão e/ou feira dos “paraíbas”. O Centro foi criado no início da década de oitenta do século passado em homenagem ao cantor e sanfoneiro

¹³⁵ Fórum Nacional dos Organizadores de Eventos de Audiovisual, *Diagnóstico setorial 2007*. Rio de Janeiro.

Luiz Gonzaga, como uma espécie de espaço síntese de atualização das *tradições culturais do sertão nordestino*. O centro foi instaurado no mesmo local onde já se realizava, desde as primeiras décadas do século passado, a feira popular de São Cristóvão, bairro para onde se dirigiram boa parte dos migrantes daquela região.

A feira era um centro de comercialização dos produtos e mercadorias (carnes, doces, roupas e gêneros alimentícios) vindas do *sertão* nordestino. A feira de São Cristóvão, assim como a Feira de Caruaru e as demais feiras nordestinas, era o local de encontro dos migrantes nordestinos, espaço de atualização das memórias auditivas e visuais, pois ali toda a paisagem e sonoridade do local lembravam o interior das caatingas, com seus sons e cores. Era o espaço das sociabilidades mais prosaicas, do encontro com as iguarias regionais e com os acontecimentos e notícias da região. A criação do centro incorporou o espaço da feira e criou instalações para eventos, *shows* musicais, apresentação de grupos (como as quadrilhas juninas) e celebrações em geral. Hoje existem barracas padronizadas, espaços regulamentados e cobrança de taxas de ocupação, administradas pela prefeitura da cidade. São 700 barracas, que formam corredores e ruas com os nomes do nove estados nordestinos, de artistas e os mitos populares da região, como Luiz Gonzaga, Lampião, Maria Bonita, Padre Cícero, Patativa do Assaré, Câmara Cascudo, entre outros.

Durante o último ciclo de festas juninas e também julinas, já que a programação se estende até o mês de Julho, documentários e filmes foram exibidos (a sua maioria tematizando o sertão nordestino), *shows* musicais (predominantemente os trios de músicos e cantadores do gênero forró-baião, além das bandas de pífanos), repentistas e cantadores de cordel, quadrilhas juninas, entre outros. Durante os meses de Junho e Julho, o centro, que já recebe um número significativo de visitantes, sobretudo de turistas nacionais, tornou-se um dos pólos do entretenimento na cidade.

O Centro de Tradições Luiz Gonzaga, no Rio de Janeiro, é um equipamento cultural público que abriga atividades lúdicas, estéticas e artísticas que abrigam em seus conteúdos as *expressões e manifestações* da chamada *cultura tradicional e popular do sertão* nordestino. Esses equipamentos também estão presentes em outros grandes centros urbanos do país, como São Paulo e Brasília, além das próprias capitais nordestinas e as médias cidades da região, como Caruaru, PE, Campina Grande, PB e Juazeiro do Norte, CE. O exemplo de Senhor do Bonfim, BA, talvez constitua um índice contemporâneo relevante para a condução da reflexão. Localizado a cerca de 400 km da capital Salvador, Senhor do

Bonfim é um município com cerca de 100 mil habitantes, 9º maior do estado, cujo maior acontecimento é a realização anual do longo ciclo de festejos juninos, que percorre todo mês de Junho. A cidade reivindica, desde os anos oitenta, o título de capital do forró na Bahia, acentuando uma disputa com outros municípios, como Amargosa e Jequié.

Inscrito no percentual de 17% dos municípios brasileiros com média densidade de equipamentos culturais (possuindo um centro cultural, uma biblioteca, um estádio de esportes e um museu), a prefeitura Municipal de Senhor do Bonfim, diante do crescimento da demanda dos turistas consumidores de bens de diversão durante o São João, resolveu construir um espaço destinado especialmente para os festejos juninos. A festa, intitulada “Arraia da Tapera”, em homenagem a um dos primeiros arraiais existentes na cidade, que se realizava antes na principal praça da cidade (Praça Nova do Congresso) passou a ser realizada, a partir de 2008, no antigo terreno do campo de aviação da cidade. Ali foram erguidos palcos, barracas e banheiros, além de uma infra-estrutura complementar de estacionamentos e armazéns, para abrigar, segundo a prefeitura da cidade, o maior São João da Bahia.

Os exemplos dos municípios do Rio de Janeiro (o segundo maior do país) e Senhor do Bonfim, BA (apenas um médio município do *sertão* da Bahia), não deixam dúvida quanto à relevância do poder público para o fomento e gestão dos equipamentos culturais, e como esses últimos são decisivos para a consecução de uma infra-estrutura urbana de fruição de bens e serviços culturais.

3.1.3 Demanda e consumo: consumo institucional, consumo corporativo e consumo familiar.

O último eixo de organização da economia da cultura, a demanda e/ou consumo, apresenta três dimensões complementares: o consumo/demanda individual, a demanda corporativa ou empresarial (também classificada como demanda por pessoa jurídica) e a demanda pública ou institucional. A demanda individual incorpora o consumo das famílias, abarcando a totalidades dos hábitos de consumo no ambiente doméstico e fora dele. Essa dimensão apresenta o maior volume de demanda, pois as práticas culturais, segundo o IBGE¹³⁶, representam uma média de cerca de 7%¹³⁷ do orçamento das famílias

¹³⁶ Pesquisa Anual de Municípios, Cultura, Munic, IBGE, Brasília, 2006.

brasileiras. Essa dimensão será tratada no último capítulo deste trabalho. A demanda corporativa e/ou empresarial concerne às empresas que demandam, através de políticas culturais próprias ou mediante a utilização das leis de incentivo fiscal, serviços e bens culturais. Esta demanda específica também será tratada em seguida, na última seção deste capítulo. Já a demanda pública diz respeito ao consumo da própria esfera pública, seja através de secretarias, ministérios, órgão, fundações, departamentos, institutos e entidades vinculadas ao poder público, mediante as políticas culturais, demandam e consomem bens e serviços culturais.

Por meio da teia institucional de organizações, instituições e órgão ocupados com o tema da cultura, segundo as mais distintas competências e atribuições, além das áreas temáticas que compõem o espectro da esfera cultural, o poder público demanda serviços e bens culturais que, como veremos mais detalhadamente a seguir, recebem a chancela de legitimação do Estado, que ergue filtros específicos acerca do que pode e do que não pode, do que é ou não é cultura, enfim, do sistema de uso e recursos que o poder de Estado cria e lança mão para oficializar e des-oficializar determinados conteúdos simbólicos.

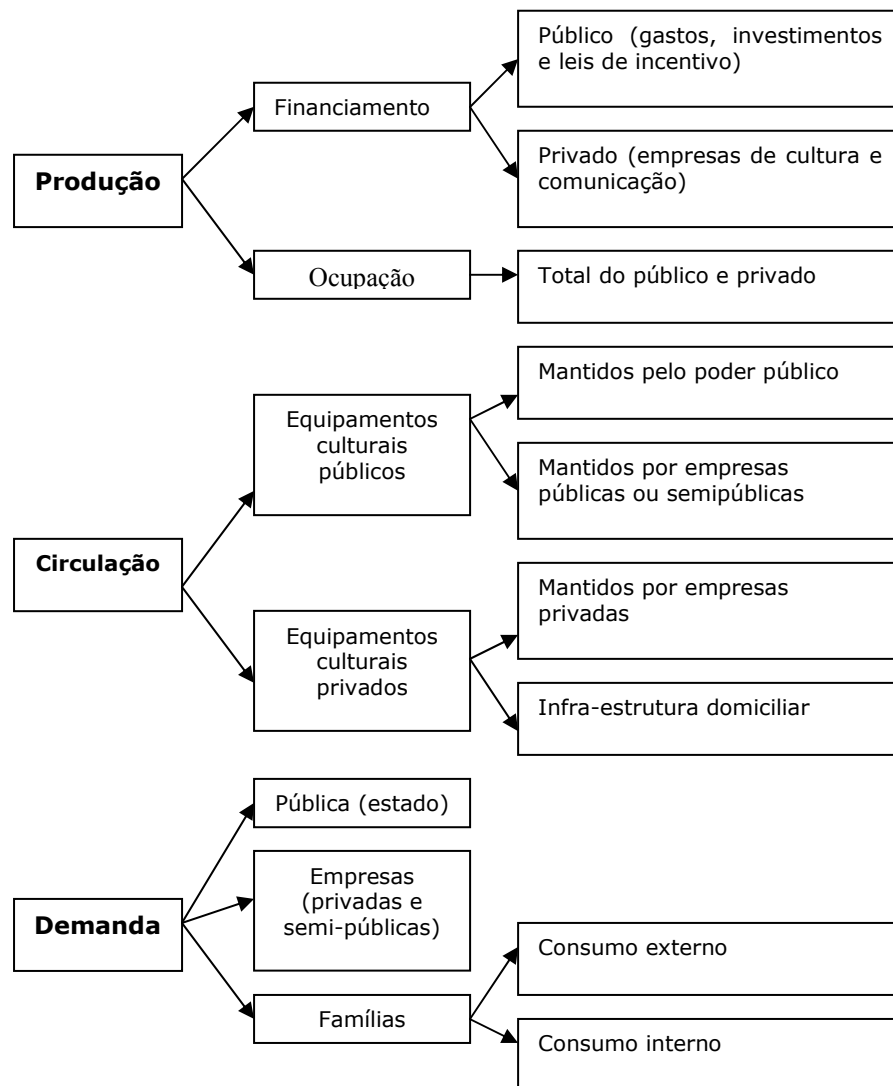
A demanda nesse caso é realizada de diversas maneiras interdependentes, e, como já se ressaltou no caso da produção, embora o Estado não possua a prerrogativa de impingir certos conteúdos inscritos nos bens e serviços culturais, o mesmo realiza determinadas escolhas, dinamiza certos setores e linguagens, cristaliza certos sentidos e/ou produz novos. Assim como no caso das empresas, as secretarias, ministérios, departamentos, órgão e institutos ligados à administração cultural solicitam serviços e bens das entidades artístico-culturais, nas suas mais variadas vertentes de atuação e expressão. A maior parte da sistemática de atuação da esfera pública é por meio de editais e concursos públicos que distribuem prêmios, títulos, bolsas, passagens, recursos financeiros, além da realização de eventos e atividades. Mas a maior sistemática de atuação gira em torno dos programas e ações que integram as políticas públicas estaduais, municipais e federais.

As três dimensões da demanda são canalizadas diretamente para o eixo da produção cultural que, como se viu, tem no financiamento e na estrutura de ocupação seus vetores mais relevantes. Assim, a demanda e/ou consumo encontra a oferta da produção cultural, que, além da esfera pública e suas diversas ramificações (como as empresas estatais e de

¹³⁷ O percentual de consumo cultural das famílias brasileiras medido pelo IBGE é maior do que aquele mensurado pelo IPEA/Minc porque o IBGE considera também na sua pesquisa o consumo de equipamentos como telefone, microinformática e acesso à Internet.

capital misto), é composta pelas empresas e organização culturais privadas, como as redes de TV e rádio, as companhias cinematográficas, as gravadoras musicais e as empresas de edição de livros, jornais e revistas. Essa ultima dimensão propriamente privada é a que mais produz e oferta bens e serviços culturais, ao passo que as famílias são as que mais demandam e consomem. As três dimensões constitutivas do consumo\demanda, assim como as dimensões correspondentes da produção, dinamizam e diversificam a estrutura de ocupações do trabalho cultural, recrudescendo o processo de regulamentação, formalização e profissionalização da cultura.

Figura 16. Composição da economia da cultura no Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor

O que se apresentou antes foi uma descrição bastante sumária dos meandros de constituição da economia da cultura no Brasil. Optou-se por esse caráter descritivo apenas para facilitar a compreensão das especificidades da atuação das instituições culturais públicas nessa economia. A figura 16 é uma tentativa de representação dos labirintos da economia da cultura no Brasil. Esquadrinhando suas dimensões e separações é possível localizar algumas das especificidades da atuação das instituições culturais públicas. Por exemplo, ao lançar um determinado programa e/ou ação de política cultural essas instituições (ministério, secretarias, institutos, fundações, entre outros) atuam, simultaneamente, na produção, circulação e demanda simbólico-cultural. É preciso que essa especificidade fique clara. A ênfase maior em um desses eixos estruturais dependerá da especificidade de cada um dos programas culturais públicos.

Tabela 3. Setores culturais no Brasil

1. Comunicação de massas 1.1 Rádio e TV 1.2 Indústria gráfica e comércio de jornais 1.3 Serviço e indústria de equipamentos
2. Sistemas restritos de informação
3. Artes e cultura de elite 3.1 Arquitetura 3.2 Desenho / Design 3.3 Artes plásticas 3.4 Fotografia 3.5 Ourivesaria e joalheria 3.6 Literatura, crítica de arte e jornalismo
4. Patrimônio e cultura popular 4.1 Arquivo e biblioteca 4.2 Serviços religiosos 4.3 Artesanato
5. Espetáculo vivo e atividades artísticas 5.1 Música 5.2 Artes e espetáculos 5.3 Circo 5.4 Direção e produção artística 5.5 Cinema e audiovisual 5.6 Apoio técnico
6. Educação
7. Esporte

Fonte: Ministério da cultura

A tabela 3 representa a divisão interna dos setores que formam a economia da cultura no Brasil. Os setores acima estão divididos a partir de determinadas linguagens e da dimensão técnica dos bens e serviços culturais. Essa divisão revela a profunda dificuldade de separação e divisão das atividades, dos bens e serviços culturais. A rigor, a tabela apresenta uma separação indissociável entre técnicas, linguagens, setores e conteúdos. Essa separação,

no entanto, é uma tentativa de classificação do Ministério da Cultura, que busca formular e implementar certas políticas culturais tendo em vista, além de outros aspectos, essas mesmas classificações. Em outros termos, essas separações e divisões tanto servem para guiar, formular e executar determinadas políticas culturais, como engendram novas classificações, cujos efeitos práticos ultrapassam em muito os objetivos primeiros dos gestores culturais e suas políticas.

Os sete setores apresentados na tabela 03 estabelecem feixes de interdependências muito estreitos. Os bens simbólicos são integrados por um conjunto de linguagens, técnicas, suportes, setores e conteúdos artístico-culturais. Para que um bem simbólico exista é necessário uma série de mediações técnicas e artísticas. Por exemplo, o filme *O Alto da Compadecida* (um dos mais assistidos no cinema nacional nos últimos anos e um dos mais reproduzidos e transmitidos na televisão brasileira, tanto aberta quanto fechada) traz em sua narrativa um conteúdo ligado às memórias orais do *sertão* nordestino, cristalizadas nos folhetos de cordel, que inspirou o escritor Ariano Suassuna a escrever uma espécie de romance cômico.

O romance foi adaptado ao cinema, ou seja, passou por um processo de filtragem e acomodação à técnica de captação e reprodução de imagem presente no complexo técnico-industrial cinematográfico (fotografia, luz, imagem, som, etc). Mais tarde, o filme foi exibido diversas vezes na televisão, sobretudo pela TV *Globo*, que comprou os direitos de imagem e reprodução do filme, ou seja, passou pelos filtros de uma nova linguagem estético-artística, mas, sobretudo, pela dinâmica de um complexo técnico-industrial muito poderoso, que abrange mais de 90% do território nacional¹³⁸.

O filme, por outro lado, traz músicas e sons, é todo inspirado na linguagem do desafio e do repente que também constitui a literatura de cordel, além da fotografia (outra linguagem que têm suas peculiaridades técnico-indústrias), que também é inspirada em outra linguagem artístico-estética, a xilogravura. Logo depois de entrar no circuito cinematográfico, o sucesso do filme o levou para a conversão em *DVD*, ou seja, um novo suporte técnico-digital, que é reproduzido em computadores (outro suporte) e micro-computadores. Esse mesmo exemplo pode ser estendido a um infinito número de conteúdos da *cultura popular sertanejo-nordestina* (registros como o cangaço, a seca, o cordel, o baião, o repente, as danças, entre outros) que se cristalizam em linguagens (filmes, músicas, fotografias, teatro, televisão, entre

¹³⁸ *Indústrias culturais no Mercosul*. 1ª edição, Instituto Brasileiro de Relações Internacionais (IBRI), UnB, Brasília, 2003.

outros), que integram determinados setores (audiovisual, artes cênicas, patrimônio imaterial, etc), e todos, em síntese, não se realizam sem um conjunto de mediações sócio-técnicas. Diante desses planos de interdependências, é bastante tentador indagar: o filme *O Auto da compadecida* estaria inscrito no 1º, 4º ou 5º setor da tabela 3?

Os serviços culturais, por seu turno, são os espetáculos, os *shows*, os eventos, como, por exemplo, o extenso ciclo de festas juninas. No entanto, para que os serviços se realizem eles não podem prescindir dos bens, pois são esses os potencializadores do interesse pelos serviços. Um grande exemplo a esse respeito é o *DVD Viva São João*, gravado pelo ex-ministro da cultura, Gilberto Gil, em 2002. O *DVD* traz em sua apresentação uma capa que muito lembra o folheto de cordel, exibindo uma gravura xilográfica bem representativa dos temas cordelistas: os festejos juninos. Na gravura aparece um casal que, a julgar pelas roupas, parece ser um casal de cangaceiros, lembrando e sugerindo o casal mais notório do cangaço, Lampião e Maria Bonita. O casal aparece de mãos dadas apresentando o *DVD* e os festejos juninos.

Figura 17. *Dvd Viva São João*.



Fonte: *Guia quatro rodas*.

O *DVD* traz o panorama dos festejos juninos no *sertão* nordestino, para tanto busca apresentar cantores e artistas representativos do evento (Elba Ramalho, Targino Godim, Dominginhos, além do ex-ministro da cultura Gilberto Gil), que cantam músicas de São João (uma linguagem artística específica), tudo isso apresentado em linguagem cinematográfica, ou seja, com a fotografia, o som e a luz própria do cinema, que comparece também em trechos de filmes de grande bilheteria dos últimos anos, como *Eu, tu, eles*. Por fim, o *DVD* contém um grande *show* popular realizado na praia de Botafogo, na Zona Sul do Rio de Janeiro, em homenagem aos festejos juninos, e tendo como atração principal um dos diletos filhos do legado do Gonzagão: o cantor e compositor tropicalista Gilberto Gil.

Barbalha (CE), Exu (PE), Junco do Salitre (BA), Amargosa (BA), Juazeiro (CE), Sairé (PE), Cruz das Almas (BA), e, é claro, Campina Grande (PB) e Caruaru (PE). Em Viva São João! Gilberto Gil percorre todas essas localidades para registrar a força de nossas festas juninas. Ele também canta os clássicos forrós de Luiz Gonzaga em um show na praia de Botafogo, no Rio de Janeiro. Esta edição especial em DVD, editada pelo guia quatro Rodas, inclui um guia exclusivo sobre os festejos em Campina Grande e Caruaru, onde se realizam as maiores comemorações do São João do país. Inclui também trechos dos filmes *Eu, tu eles e casa de areia*, de Anfruscha Waddington, que também dirige o DVD (DVD Viva São João, Guia quatro rodas, 2002).

O exemplo do *DVD Viva São João* permite constatar a atuação de alguns agentes culturais no Brasil e as complexas mediações entre técnicas, setores, linguagens e conteúdos simbólicos. Os agentes podem ser destacados mediante o próprio poder público, representado pelo Ministério da Cultura na figura do ex-ministro Gil; na mesma medida em que aparece o mercado editorial brasileiro, representado por uma editora (uma das maiores do país, o grupo *Abril*) que, através de uma publicação mensal, o *Guia quatro rodas*, apresenta roteiros de viagens e eventos de diversão pelo país; os vários segmentos do empresariado nacional (*Supermercado Extra*, *Embratel*, *BPC Telecomunicações*, *Eletrobrás*, *Petrobrás*, entre outras), que através de alguns ramos (energia, transportes, telecomunicações e alimentação) fomentam eventos e atividades culturais, cujos desdobramentos escavam novas rotas de turismo e entretenimento para seus públicos, como o próprio ciclo de festejos juninos. Além de tudo isso, ou mediante tudo isso, o *DVD* revela o potencial da dimensão multimídia, pois em uma só unidade ou suporte (o *digital vídeo disc*) contém documentário, festas, depoimentos de artistas nacionais, roteiros turísticos e um grande *show* popular. Novamente seria tentador indagar: o *DVD Viva São*

João estria inscrito em qual dos setores da tabela 3, “cultura de massa”, “patrimônio e cultura popular” ou “espetáculo vivo e atividades artística”?

Como se pode depreender, as classificações e divisões apresentadas na tabela 3 são assaz imprecisas, não revelam a complexidade das mediações responsáveis pela feitura dos bens e serviços culturais. Não obstante, é mediante essas mesmas classificações e hierarquizações, realizadas pelos principais agentes político-culturais (secretarias, ministérios, empresas, fundações, institutos, entre outros), que alguns recursos discursivos, como o *repertório UNESCO*, são acionados para justificar e legitimar determinadas políticas culturais, como as políticas destinadas às *culturas tradicionais e populares, ao patrimônio cultural imaterial e à diversidade cultural*.

Um outro exemplo pode ser revelador dos condicionamentos que essas formas de classificação exercem. Entre os dias 16 e 21 de março de 2009 realizou-se, às margens do Rio São Francisco, no Centro Cultural João Gilberto, em Juazeiro, BA, o 1º *Festival Internacional da Sanfona*, tendo como curador o compositor, cantor e instrumentista Targino Godim¹³⁹. Um dos objetivos do festival, segundo seu curador, seria celebrar a memória dos virtuosos da sanfona (como o paraibano Sivuca e o pernambucano Luiz Gonzaga, além de nomes como Dominginhos e o próprio Godim), instrumento decisivo para a feitura de alguns ritmos sertanejo-nordestinos, como o *baião*, além de inserir o festival no circuito dos grandes festivais internacionais, transformando esse evento num grande trampolim da música brasileira (GODIM, 2009)¹⁴⁰. Mediante os discursos acionados para legitimar o evento, assim como para atrair apoio e patrocínio (obtidos juntos à Prefeitura Municipal de Juazeiro e empresas como a Petrobrás e o Banco do Nordeste), certamente o 1º *Festival Internacional da Sanfona* seria inserido no 5º setor da tabela 3, “espetáculo ao vivo e atividades artísticas”, mas também não poderia ser inserido no 4º setor, “patrimônio e cultura popular”?

¹³⁹ Jovem sanfoneiro, cantor e compositor pernambucano, que vem se notabilizado por ser um dos seguidores mais empedernidos da *tradição* do forró|baião de Luiz Gonzaga.

¹⁴⁰ Jornal *A tarde*, Salvador, BA, 28|02|09, p.01, caderno 02.

3.2 O lugar das culturas populares no sistema Minc: o sertão diante do processo de constitucionalização da cultura.

As leis de incentivo, tal como são praticadas, acabam por constituir uma espécie de “esfera pública não-estatal”, como uma privatização de parte da antiga função cultural do Estado brasileiro. Na verdade, o Estado se retirou da gestão direta do dinheiro público, garantindo que ele iria para a cultura se e quando os produtores culturais conseguissem sensibilizar o empresariado e os cidadãos com suas propostas. Assim, o Estado abriu mão do papel eletivo que consiste em determinar quais produtores e propostas mereciam apoio e dinheiro público. Dá-se então uma inversão não desejada: a privatização da política cultural com recurso público (DORIA, 2002).

As reflexões acima são do crítico de cultura e pesquisador Carlos Alberto Dória¹⁴¹. Suas observações aparecem como um caudal de diversas críticas à hibridez do modelo de financiamento cultural existente no Brasil durante a última década do século passado. Em entrevista¹⁴² realizada com o servidor do Ministério da Cultura André Andries¹⁴³, o mesmo destaca que a partir de 2003 é possível se perceber uma mudança substancial na gestão do Ministério da Cultura. O conteúdo da entrevista realizada com Andries permite antever que a atual gestão à frente do Ministério da Cultura vem conformando uma nova racionalidade discursiva, marcada pela integração de propostas e ações que visam estabelecer um sistema nacional de cultura, isto é, de um planejamento estratégico envolvendo os três níveis administrativos governamentais (estados, municípios e união) em torno de um novo desenho jurídico-intitucional (MINC, 2007).

Segundo os gestores do Ministério da Cultura à frente da atual gestão, o novo desenho político-institucional traz como um dos objetivos centrais a retomada do papel do Estado na coordenação e formulação das políticas culturais públicas. De acordo com esses gestores (como ex-secretário de Políticas Culturais, e hoje secretário executivo, Alfredo Manervy, e o antigo secretário Executivo, e hoje ministro, Juca Ferreira) a retomada do papel do Estado como ator decisório permitiria a retomada de temas e setores culturais preteridos durante a gestão anterior, como o tema da *cultura popular* (MINC, 2007).

¹⁴¹ Carlos Alberto Dória, *Os federais da cultura*. 1º edição, editora Biruta, São Paulo, 2003.

¹⁴² Entrevista realizada no dia 06 de novembro de 2007, na cidade do Rio de Janeiro.

¹⁴³ Andries ingressou no Ministério da Cultura em 1986, logo após a sua criação, em 1985. Durante os seus 22 anos no Ministério passou por diversos órgãos, como a Funarte e o IPHAN, além da própria sede do Ministério em Brasília. Atualmente Andries está lotado no Centro Técnico do Audiovisual (CTV), sediado no Rio de Janeiro, ligado a Secretaria do Audiovisual, do Ministério da Cultura.

Em entrevista¹⁴⁴ realizada com o atual secretário executivo do Ministério da Cultura, Alfredo Manervy, o mesmo ressalta que a retomada da capacidade decisória do Estado vem ocorrendo através da formulação do Plano Nacional de Cultura (PNC), estabelecido como um instrumento constitucional de longo prazo, que permite acionar de maneira mais concreta os artigos 215 e 216 da Constituição Federal e, por conseguinte, implementar e consolidar o processo de *constitucionalização da cultura* (MARERVY, 2007).

Segundo os gestores e dirigentes do Ministério da Cultura, o processo de *constitucionalização da cultura* consiste na regulamentação e concretização dos artigos que tratam da cultura na Constituição Federal, os capítulos 215 e 216. A medida mais importante nessa direção foi a aprovação da Emenda Constitucional nº 48, que criou a obrigatoriedade do Plano Nacional de Cultura (PNC), que estabeleceu a necessidade de se estender para todo território nacional às políticas culturais, criando também o imperativo de interligação entre os níveis de governo e os entes federativos. Durante os anos de 2004 e 2005 muitas discussões, seminários e conferências foram travadas com vistas a criar mecanismos legais que permitissem o aumento dos recursos para o financiamento cultural público e, por conseguinte, maior poder de gestão e coordenação das ações. Foi discutida também a criação do Sistema Nacional de Cultura, que passaria a coordenar e gerir as mudanças, assim como a execução do Plano Nacional de Cultura (PNC), além da PEC 310/2004, que estabelece a vinculação dos recursos da União, Estados e Municípios (MINC,2007).

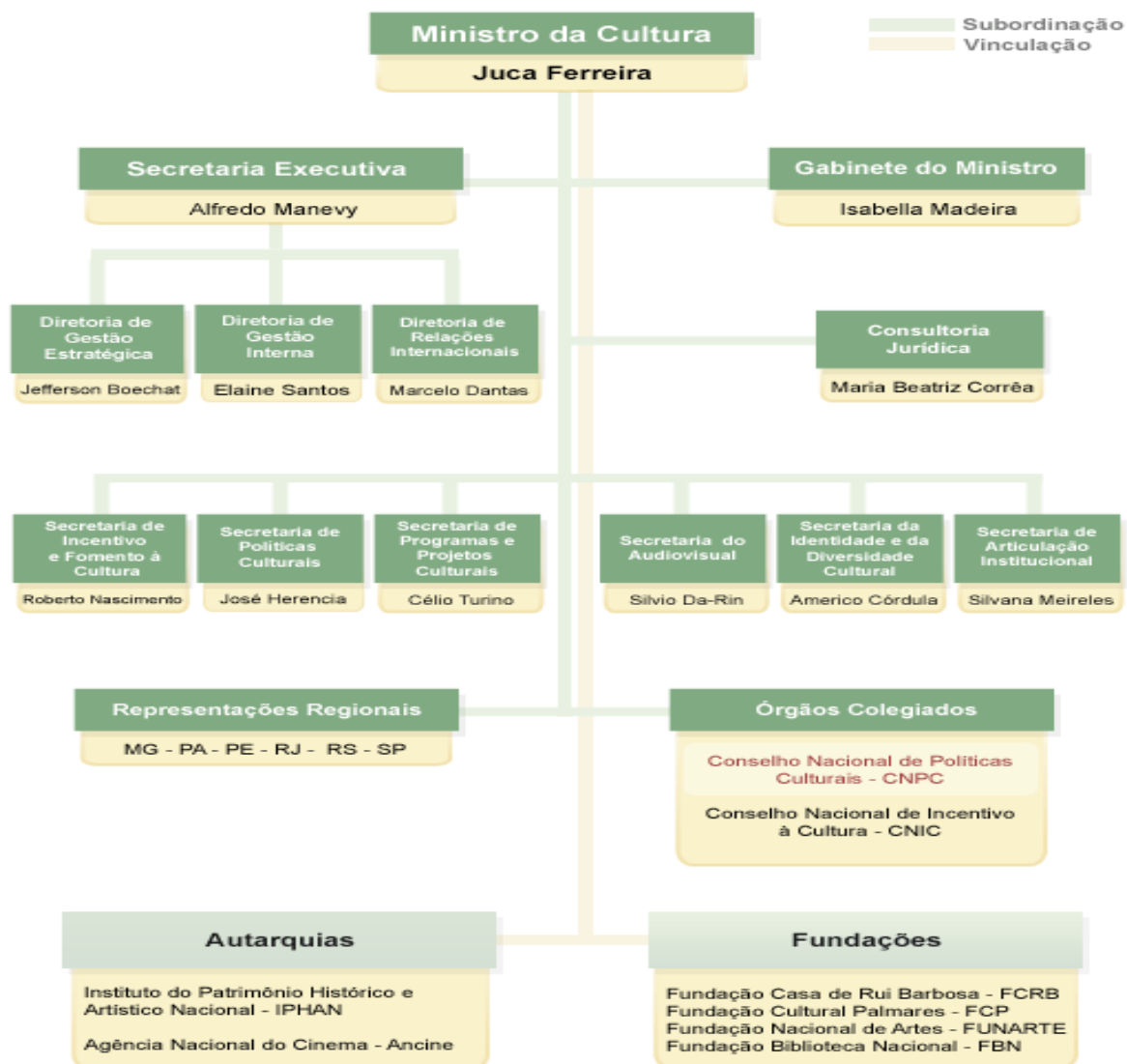
Outra inovação jurídico-legal foi a criação do Sistema Federal de Cultura (SFC), instituído pelo decreto lei nº 5.520, de 24 de Agosto de 2005, que também instituiu o Conselho Nacional de Políticas Culturais. Nessa mesma direção, foi promulgado o decreto nº 5.233, do Ministério do Planejamento, através do qual se criou o Plano de Gestão da Cultura e o Comitê Gestor interministerial. Em termos de recursos financeiros a EC 310/2004 é a medida legal que pode ter o maior impacto sobre a produção cultural pública. A mesma estabelece que pelo menos 2% das receitas tributárias da União, 1% dos Estados e do Distrito Federal e 1% dos municípios sejam destinadas à cultura.

O sistema administrativo do Ministério da Cultura, também chamado de sistema Minc ou Sistema Federal de Cultura (SFC), possui hoje uma estrutura organizacional abrangente e razoavelmente nacionalizada, com seis representações regionais, dois órgãos colegiados

¹⁴⁴ Entrevista realizada no dia 11 de dezembro, de 2009, na sede do Ministério da Cultura, em Brasília, DF.

(compostos por representantes do governo e diferentes organizações da sociedade civil), seis secretarias, quatro fundações e duas autarquias. A estrutura que aparece na figura 17, assim como os demais elementos organizacionais, foi estabelecido a partir da publicação do Decreto nº 4805, de 12 de agosto de 2003, que reestruturou a arquitetura institucional do Ministério da Cultura. Dentro dessa nova organização, cabe ao Conselho Nacional de Políticas Culturais (órgão colegiado vinculado diretamente ao ministro) acompanhar o processo de discussão e elaboração do PNC, assim como sua implementação e posterior avaliação. O Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) é composto por 46 titulares, representantes do poder federal, estadual e municipal, por representantes de grupos artísticos, de instituições acadêmicas, fundações públicas, empresas estatais e privadas.

Figura 18. Fluxograma do Ministério da Cultura.



Fonte: Ministério da Cultura.

Especificamente no âmbito dos municípios, a implementação da Emenda Complementar nº 310/2004 provocaria uma substancial mudança, pois muitos municípios não investem o percentual mínimo estabelecido pela PEC 310/2004. Entre o número total de municípios brasileiros, 60% não teriam cumprido as exigências da PEC em 2004, caso a mesma estivesse aprovada. A maior dificuldade estaria entre os municípios menores, que não conseguiriam cumprir a meta de destinação de 1% dos impostos arrecadados para a área cultural. Sendo ainda que muitos municípios médios teriam que reunir grandes esforços para cumprir a meta estabelecida. A tabela 4 apresenta um quadro sintético acerca das transformações legais

mencionadas.

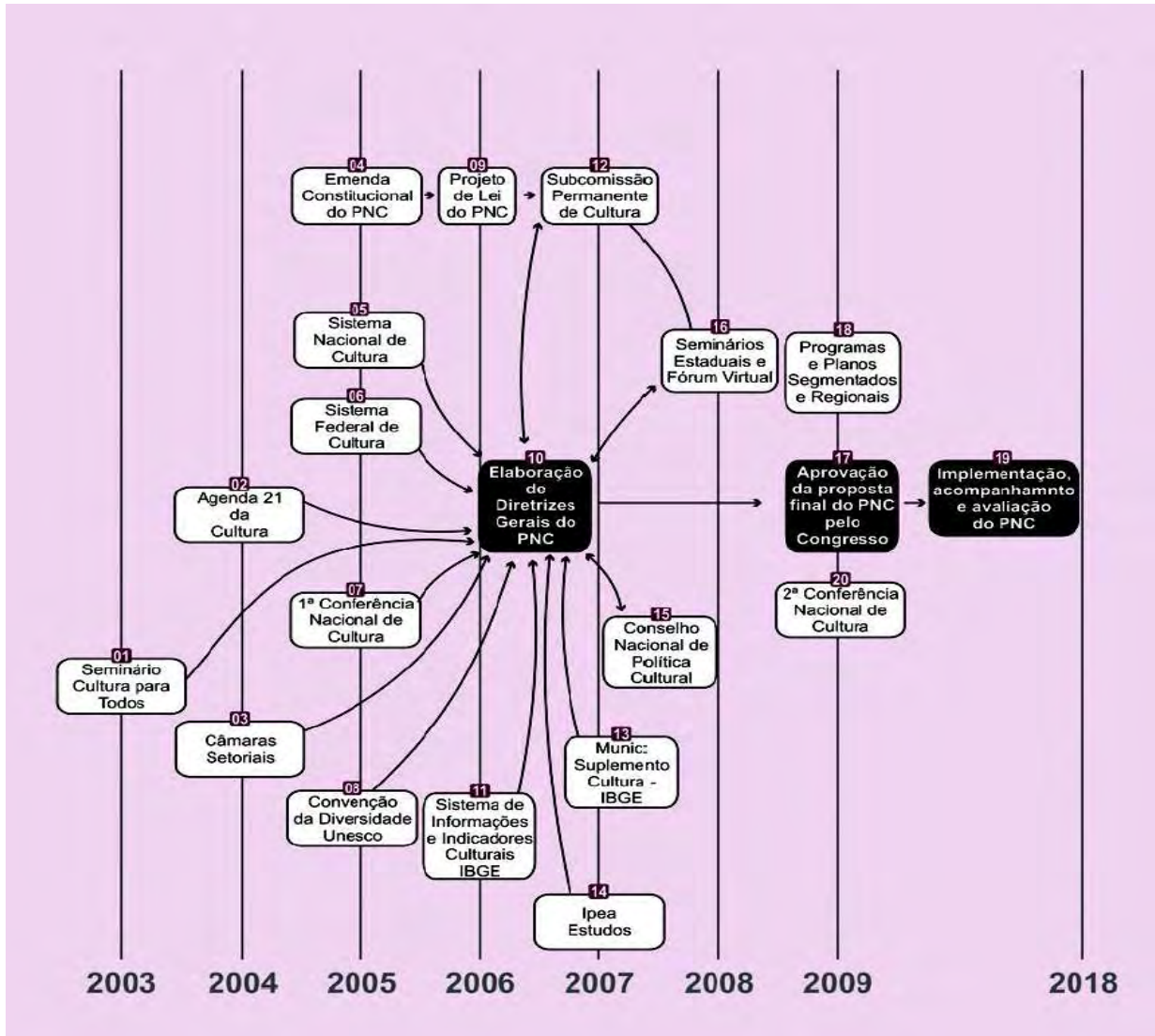
Tabela 4. Síntese do processo de constitucionalização da cultura

Objetivos e desafios das emendas constitucionais na área cultural			
Artigo da CF/88	Objetivos gerais	Descrição dos conteúdos	Desafios
PEC 306/00 (emenda ao artigo 215) - Aprovado como EC nº48	Integração das ações do poder público.	Estabelece Plano Nacional de Cultura para defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; produção, promoção e difusão de bens culturais; formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; democratização do acesso aos bens de cultura; Valorização da diversidade étnica e regional.	Definição de metas, valores e conceitos substantivos a serem trabalhados estratégica e prioritariamente no âmbito dos diversos entes governamentais.
PEC 416/05 (emenda ao artigo 216)	Integração de instituições culturais públicas e privadas em regime de colaboração, em forma horizontal, aberta, descentralizada e participativa.	Participam do SNC: Minc, Conselho Nacional de Cultura, sistemas de cultura dos entes federativos, as instituições públicas e privadas culturais, os subsistemas complementares ao SNC (museus, bibliotecas, arquivos, informações culturais, fomento e incentivo à cultura), sendo que deverão ser articulados com outras políticas setoriais como educação, esporte, turismo, meio ambiente, comunicação, direitos humanos, etc.	Estabelecimento de mecanismos efetivos de articulação da gestão política e administrativa dos diversos sistemas e entre eles.
PEC 310/04 (emenda ao artigo 216)	Construção de Sistema Público de Financiamento	Vinculação de recursos da União (2%), estados e DF (1,5%) e municípios (1%) referentes à receita resultante de impostos, compreendida as transferências. A União destinará 25% aos Estados e ao Distrito Federal, 25% aos municípios, sendo que os critérios de rateio serão definidos em lei complementar, observada a contrapartida de cada ente.	Resistência às vinculações por parte das áreas econômicas do executivo. Indefinição dos itens de dispêndios considerados como culturais para efeito da aplicação da PEC. A definição dos critérios de rateio deverá enfrentar o fato de que os recursos da União serão insuficientes para atender à demanda e que uma grande parte dos municípios menores e dos Estados deverá enfrentar dificuldades para aportar recursos tal qual exigido pela PEC.
Fonte: Frederico A. Barbosa da Silva. <i>Política Cultural no Brasil 2002-2006: acompanhamento e análise</i> . Brasília, Minc. IPEA.			

O PNC está previsto na Constituição Federal desde a aprovação da emenda nº 48, de 10 de agosto 2005. O plano está em fase de tramitação legal na Comissão de Educação e Cultura da Câmara do Deputados, sob a forma do Projeto de Lei nº 6853, de 2006. Simultaneamente, o texto com as diretrizes gerais do PNC encontra-se na sua fase de incorporação de sugestões e finalização do processo de discussão. O Sistema Nacional de Cultura buscar criar as condições de pactuação e atuação conjunta de estados, municípios e a união em torno do objetivo de sedimentar a política cultural pública no Brasil como política de Estado, e não de governo. O PNC seria, através do Conselho Nacional de

Políticas Culturais, o operador do sistema, fornecendo os conteúdos, as diretrizes gerais, os objetivos e os instrumentos de avaliação (PNC, 2008).

Figura 19. PNC. Linha do tempo



Fonte: Ministério da Cultura

O PNC marca uma transformação mais aguda no ordenamento jurídico-constitucional dedicado à cultura. Na hierarquia da racionalidade técnico-administrativa montada pela atual gestão à frente do Minc, o PNC ocupa um lugar de destaque. O processo de discussão que levou a elaboração da segunda versão do PNC¹⁴⁵ faz parte de uma estratégia mais

¹⁴⁵ O texto do PNC está na sua segunda versão, publicada em Março de 2008, e discutida nos seminários estaduais. A segunda versão do conteúdo do PNC que está tramitando na forma de Projeto de Lei na Câmara

abrangente de consecução de uma legitimidade político-cultural junto aos agentes culturais da sociedade civil (empresas, produtores culturais, governos estaduais e municipais, artistas e intelectuais em geral, trabalhadores da cultura, entre outros), cujo ponto de maior envolvimento e legitimidade foi alcançado através do evento de realização da *1º Conferencia Nacional de Cultura*¹⁴⁶.

Esse processo político de discussão, de investimento simbólico na produção de novas categorias conceituais e de consecução de uma nova racionalidade técnico-administrativa vem sendo coordenado pelo núcleo estratégico do Ministério da Cultura, formado pela Secretaria de Políticas Culturais e a Secretaria Executiva. Segundo Manervy¹⁴⁷, a hierarquia política dos órgãos da administração direta, como é o caso do Ministério da Cultura, é marcada por uma política-diretriz geral (SNC-PNC), que, dentro das secretarias, estabelece programas que, por sua vez, realizam ações específicas. Indagado sobre a especificidade da Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura e sobre a natureza do *processo de constitucionalização da cultura*, o então secretário de políticas culturais do Ministério da Cultura, Alfredo Manervy¹⁴⁸, ressalta:

A secretaria de políticas é uma estrutura como outras presentes aqui na esplanada. Tem alguns ministérios que tem secretarias de políticas, o Ministério da Fazenda, que tem a Secretaria de Políticas Econômicas, o Ministério do Turismo, que tem a Secretaria de Políticas do Turismo, por que é que elas existem em alguns ministérios e não em outros? São ministérios que têm uma dimensão estratégica na elaboração de políticas de longo prazo. A Secretaria de Políticas Culturais tem o papel de auxiliar o ministro e a secretaria executiva a elaborar políticas de cunho estratégico, políticas públicas de cultura. Então ela vai reunir as informações culturais do ministério, vai trabalhar o Plano Nacional de Cultura, que é um plano de estado e não de governo, que tem previsão para dez anos, vai trabalhar com um tema extremamente relevante que é o direito autoral, que é um tema central e transversal, que vai desde a cultura popular até o cinema, não poderia estar nem na Secretaria do Audiovisual, nem na Secretaria da Diversidade, porque é um tema global. Para além dessas funções, de fomentar o sistema de informações culturais, a formulação do plano Nacional de Cultura e a política de direitos autorais, que são as suas competências regimentais, ela é uma secretaria de natureza política. O que é que eu quero dizer com isso? Um

dos Deputados possui sete conceitos e valores norteadores, trinta e três desafios e cinco estratégias gerais, além de mais de duzentas diretrizes classificadas em diversas modalidades, programas e ações.

¹⁴⁶ A conferencia foi realizada entre setembro e dezembro de 2005. Durante esse interregno foram realizadas cerca de 400 encontros municipais, intermunicipais e estaduais, culminando com a realização da planária, em dezembro de 2005, em Brasília-DF. Segundo o sítio¹⁴⁶ do Ministério da Cultura na Internet, durante esse período a conferência envolveu mais de 60 mil pessoas, entre gestores culturais públicos (artistas, intelectuais e profissionais da cultura em geral) e privados, mais de 1100 municípios e 19 estados e o Distrito Federal. As resoluções da CNC criaram a bases do Projeto de Lei do Plano Nacional de Cultura, assim como criou o esboço da primeira versão do texto do plano e também programou a realização dos seminários de oficinas temáticas que prepararam o processo de implementação do Sistema Nacional de Cultura (SNC).

¹⁴⁷ Entrevista realizada no dia 11 de dezembro de 2007, na sede do Ministério da Cultura, em Brasília-DF.

¹⁴⁸ Entrevista realizada no dia 11 de dezembro de 2007, na sede do Ministério da Cultura, em Brasília-DF.

Ministério como o da Cultura é um ministério muito complexo, reúne muitas instituições e campos distintos de atuação, lidamos desde a memória e o patrimônio cultural dos brasileiros até as indústrias culturais, passando pela economia, passando por distintas tecnologias, passando por música, artes plásticas, circo, ou seja, são muitos campos, todos irreduzíveis uns aos outros, e que exigem uma formulação própria adequada e uma capacidade institucional. (MANERVY, 2007).

Como se pode perceber, Manervy deixa claro que a justificativa para a existência de uma Secretaria de Políticas Culturais se deve precisamente ao fato de que, diferentes de programas e ações que ficam sob a incumbência de órgãos e secretarias distintas, a Secretaria de Políticas Culturais pensa a política como um todo, como a totalidade de uma reflexão teórica baseada em princípios e valores que, aí sim, são cristalizados em programas e ações. Trata-se de uma secretaria de coordenação e reflexão, que produz entendimentos e significados acerca de categorias como *cultura tradicional e popular, direito autoral, patrimônio cultural imaterial, diversidade, identidade, cultura e desenvolvimento* no âmbito do Sistema Federal de Cultura e da administração cultural pública.

No desenho geral dos programas e ações do Ministério da Cultura, a maioria dos programas e ações justificam-se a partir de uma determinada formulação do conceito de *cultura*. A matriz básica de fundamentação teórica do Plano Nacional de Cultura (PNC), aquilo que subjaz a todas as formulações teóricas que carregam o imperativo de construção do PNC e que também comparece de maneira recorrente e central nas entrevistas realizadas junto aos gestores do Ministério da Cultura¹⁴⁹, diz respeito à tríade conceitual que envolve o conceito de *cultura* aclimatada pelo sistema Minc na contemporaneidade. A *cultura* para o PNC\MINC deve ser pensada na sua dimensão *simbólica, econômica e cidadã*. Essas três dimensões aparecem, tanto nas justificativas teóricas, quanto nos programas e ações desenvolvidos, de maneira combinada. Por vezes, há a primazia destacada para uma noção, como, por exemplo, a dimensão simbólica, no caso do *Programa Nacional de Patrimônio Imaterial* (PNPI), em outras, há o acento em torno de outra noção, como, por exemplo, a noção de cidadania, no caso do *Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania* (*Cultura Viva*).

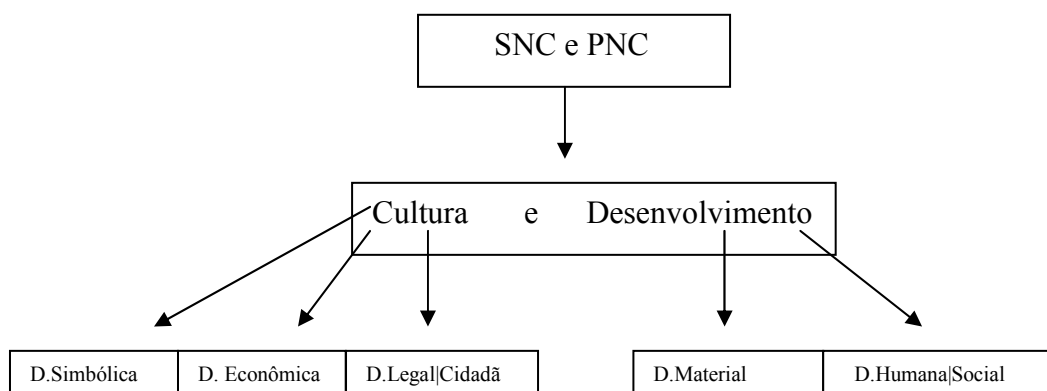
¹⁴⁹ Foram realizadas três entrevistas com gestores do primeiro escalão administrativo do Ministério da Cultura: Alfredo Manervy, secretário de Políticas Culturais até agosto de 2008, e a partir de setembro secretário executivo, Sérgio Mamberti, secretário da Identidade e da Diversidade Cultural até setembro de 2008, e a partir de outubro do mesmo ano presidente da FUNARTE, e Juca Ferreira, secretário Executivo até agosto de 2008, e a partir dessa mesma data Ministro de Estado da Cultura.

A *dimensão simbólica* decorre do imperativo de se valorizar e, por conseguinte, consolidar a *identidade nacional*. Por outro lado, a dimensão simbólica repousa no imperativo de criar as condições de fruição e experimentação cultural, ou seja, o direito de adquirir e pertencer, mediante o consumo de bens e serviços culturais, a uma outra cultura. A dimensão simbólica pode ser sintetizada por uma frase do ex-ministro Gilberto Gil muito utilizada em seus discursos e pronunciamentos: “o povo sabe o que quer, mas também quer o que não sabe” (GIL, 2003). A *dimensão econômica* traça interfaces estreitas com a dimensão simbólica, pode ser sintetizada a partir do entendimento de que a riqueza simbólica também deve ser acompanhada da possibilidade de criação de riqueza material para os criadores e realizadores culturais, através da geração de trabalho, emprego e renda (MINC, 2006).

Por fim, a *dimensão cidadã* abriga as outras duas. A rigor, sua postulação supõe a realização das duas dimensões anteriores. A dimensão cidadã trata da necessidade imperativa, segundo os gestores do sistema Minc, de acionar e cristalizar os direitos culturais no Brasil, estabelecidos desde a constituição de 1988, nos artigos 215 e 216. Essas três dimensões operacionais do conceito de *cultura* formam a matriz teórica desenvolvida pelo sistema Minc para conduzir o processo em curso de formação do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e implementação do seu operador, o Plano Nacional de Cultura (PNC). Essas dimensões compõem um amálgama discursivo e operacional que pode ser facilmente localizado na seguinte fala do Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva, realizada logo no início de sua gestão.

Para nós a cultura está investida de um papel estratégico, no sentido da construção de um país socialmente mais justo e de nossa afirmação soberana no mundo. Porque não a vemos como algo meramente decorativo, ornamental. Mas como base da construção e da preservação de nossa identidade, como espaço para a conquista plena, e como instrumento para a superação da exclusão social – tanto pelo fortalecimento da auto-estima do nosso povo, quanto pela sua capacidade de gerar empregos e de atrair divisas para o país. Ou seja, encaramos a cultura em todas as suas dimensões, da simbólica à econômica. Vem daí o nosso entendimento da cultura como uma das preocupações centrais do Estado (Luiz Inácio Lula da Silva, por ocasião do lançamento do Programa Brasileiro de Cinema e Audiovisual, Brasília, 13 de outubro de 2003).

Figura 20. Dimensões das categorias de cultura e desenvolvimento no âmbito do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e do Plano Nacional de Cultura (PNC).



Fonte: elaboração do autor.

As três dimensões operacionais e teóricas do conceito de *cultura* formuladas e implementadas pelo Ministério da Cultura, em particular por sua Secretaria de Políticas Culturais (SPC), também aparecem nas diretrizes e formulação das políticas públicas para as *culturas populares*. A partir dos desta década as chamadas *culturas tradicionais e populares* passaram a ser objeto de normatização e políticas específicas. Em 2005 foi realizado em Brasília, DF, o 1º *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares*¹⁵⁰, ocorrido em fevereiro daquele ano. No ano seguinte foi realizado o 2º seminário, novamente ocorrido em Brasília, DF. As ações e programas para as *culturas populares* figuram em um setor específico, como demonstra a tabela 3, mas também se espraiam por determinados órgão e secretarias do Sistema Federal de Cultura, como a Secretaria da Diversidade e da Identidade Cultural (SID), a Secretaria de Programas e Projetos Culturais (SPPC), a Secretaria de Políticas Culturais (SPC) o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), entre outros.

O 1º *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas populares* foi resultado, em certa medida, das pressões exercidas por organizações de defesas das *tradições populares* (como ONGs, associações profissionais de artistas, produtores culturais, entre outros), cuja promoção foi da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural

¹⁵⁰ *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares*, Secretaria da Diversidade Cultural, Brasília, 2005.

(SID), a realização da Fundação Cultural Palmares, com as parcerias da Secretaria de Políticas Culturais (SPC), o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE), o *Fórum Permanente das Culturas Populares* e o *Fórum de Culturas Populares, Indígenas e Patrimônio Imaterial*. No caderno de publicação do 1º *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares*¹⁵¹ foram definidas sete diretrizes fundamentais para as chamadas culturas *tradicionais* e populares: criação de fundos|incentivos públicos de apoio às *culturas populares*; mapeamento, registro e documentação das culturas populares; realização de instâncias de diálogo e formação e|ou deliberação participativa de políticas culturais; inclusão das *culturas populares* nos processos educativos formais e informais; criação de leis de estímulo e manutenção das *culturas populares*; democratizar a distribuição de recursos nas várias regiões do Brasil; facilitar e desburocratizar os meios de financiamento, garantindo maior abrangência.

Após quatro anos de realização do 1º *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares* e da fixação dessas sete diretrizes, alguns objetivos institucionais foram realizados e outros não. No que toca às diretrizes, talvez as que lograram maior êxito, ou que pelo menos têm sido objeto de maiores recursos simbólicos e materiais, foram a segunda diretriz (mapeamento, registro e documentação das manifestações e culturais populares), notadamente através do *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI), a sexta (democratizar a distribuição de recursos nas várias regiões do Brasil), notadamente por meio do *Programa Educação, Cultura e Cidadania (Cultura Viva)* e a sétima diretriz (facilitar e desburocratizar os meios de financiamento, garantindo maior abrangência), sobretudo mediante os editais públicos para as *culturas tradicionais e populares*.

O crescimento do espaço institucional e político das chamadas *culturas populares* pode ser verificado também no texto da última versão do Plano Nacional de Cultura (PNC). Nesse documento a *cultura popular* é definida conceitualmente como um *campo*, que aponta para uma dimensão mais abrangente, composta por uma multiplicidade de setores, técnicas e conteúdos, o que revela a sua não circunscrição à idéia de um setor específico. Por outro lado, o texto do PNC deixa patente a importância da *cultura popular* (assim como se verificou ao se trabalhar e problematizar a tessitura do *repertório UNESCO*) como substrato de composição e manutenção de uma das suas diretrizes centrais: proteger, incentivar e

¹⁵¹ Seminário Nacional de Políticas Públicas Para as Culturas Populares, 2º edição, Ministério da Cultura, Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural, Brasília, 2006.

valorizar a *diversidade artística e cultural brasileira* (PNC|MINC, 2008). As demais são: fortalecer a ação do Estado no planejamento e na execução das políticas culturais; universalizar o acesso dos brasileiros à fruição e à produção cultural; ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável; consolidar os sistemas de participação social na gestão das políticas culturais (PNC|MINC, 2008).

O Brasil conta com uma imensa e variada gama de manifestações culturais. Do ponto de vista da ação operacional do poder público, trata-se de um universo bastante amplo, diversificado e complexo que não está contemplado de forma completa em outras esferas das políticas públicas de cultura. Nesse sentido, podemos considerar que a cultura popular se constitui das maneiras de ser, agir, pensar e se expressar dos diferentes segmentos da sociedade, observadas tanto em áreas rurais quanto urbanas. O campo engloba, portanto, do artesanato e das festas populares aos movimentos de culturas de jovens das periferias. (...) A implementação de programas de direitos autorais e a preservação e difusão das expressões populares devem procurar corrigir os processos que marginalizaram os seus agentes e produtores, hoje afetados pelas implicações da globalização da indústria cultural e das novas tecnologias da informação e comunicação (PNC|MINC, 2008).

Percorrendo os meandros da formulação extraída do texto do PNC¹⁵², vê-se a recorrência de dois registros. O primeiro concerne à construção política da necessidade de adoção de medidas e ações para as chamadas *culturas populares*, “que não está contemplado de forma completa em outras esferas das políticas públicas de cultura” (PNC|MINC). O segundo registro é tributário do primeiro, dir respeito à necessidade de adoção de medidas de proteção legal às criações artísticas das *culturas populares*, “hoje afetados pelas implicações da globalização da indústria cultural e das novas tecnologias da informação e comunicação” (PNC|MINC).

Ambos os registros constituem o núcleo operacional do que temos nomeado aqui de *repertório UNESCO*, demonstra, em uma palavra, a afinação conceitual e, sobretudo, operacional entre o ambiente UNESCO e o Ministério da Cultura do Brasil, o que corrobora para sedimentar a percepção de que o Brasil é um dos agentes político-culturais decisivos para a construção de uma nova *formação discursiva* (FOUCAULT, 1986). Não obstante, a dimensão propriamente operacional é precedida pelas formulações teóricas. No próprio texto do PNC transcrito há uma formulação teórica acerca do conceito de *cultura popular*, mas é na fala do secretário executivo do Ministério da Cultura que aparecem alguns elementos bastante heurísticos. Indagado sobre a crescente inserção do tema da *cultura*

¹⁵² Plano Nacional de Cultura, diretrizes gerais, 2ª edição, www.cultura.gov.br/pnc.

popular no Sistema Federal de Cultura (SFC) e sobre a especificidade de sua operacionalização, Manervy assinala:

Como se trata de um tema muito transversal no ministério, vela que eu falei de economia, dos pontos de cultura, falamos da diversidade, seria importante citar também as convenções da UNESCO, que eu chamo de Protocolo de Kioto da Cultura, que fortalecem os estados-nação a ter um papel contemporâneo na elaboração de políticas de cultura para o reconhecimento e promoção da sua diversidade cultural. É necessário então uma visão de cultura popular em que a população seja vista como o maior patrimônio do Brasil, não só as expressões, porque quando se defende as expressões ou só a dimensão arquitetônica o grande perigo é você dizer, tem uma disputa aí, no sentido de dizer aonde é que está a cultura popular? Eu diria que está na população, nas pessoas, e é preciso trabalhar com elas e a partir delas, elas são centrais. Para proteger a cultura popular não significa deixar as pessoas longe ou a salvo das pessoas, ou escondidas em museus, então as maneiras como as culturas populares se dão hoje são maneiras que desafiam os modelos antigos, estilo CPC, e eu diria até que questionam o modelo antropofágico exclusivamente, para criar um problema e uma circunstância nova que exige atualizações conceituais, institucionais e de políticas para essas ações. (MANERVY, 2007).

O secretário vê a *cultura popular* como um grande tema, que atravessa alguns órgãos associados ao ministério, secretarias, programas e ações, enfim, algo transversal, no entanto, ao buscar definir a *cultura popular* o faz procurando escapar dos próprios recursos simbólicos de classificação imanentes ao poder de Estado, assim, foge do compromisso (inescapável, diria) de nomear e entrar diretamente nas lutas simbólicas pela definição mais legítima da *cultura popular*. O secretário entende que a *cultura popular* dormita na própria população, grande patrimônio do país. No entanto, isso não significa, diz Manervy, que se deva tratar a *cultura popular*, ou seja, as pessoas, da mesma maneira como foi tratada por modelos antigos (leia-se os movimentos político-culturais dos anos sessenta, como o Cinema Novo e o CPC da UNE – esse último expressamente citado - e o modernismo dos anos vinte), e sim por modelos novos, atualizações conceituais e institucionais.

Diria que, em certa medida, essas atualizações estão em curso, como se verá logo a seguir, no entanto, por mais que as formulações teóricas tentem e os mecanismos operacionais busquem concretizar, o resultado prático de ambos é que a *cultura popular* acaba sendo legitimada pelo registro propriamente da *expressão*, ou seja, das realizações artístico-culturais: festas, danças, folguedos, músicas, gravuras, esculturas, entre outras. Assim, o registro da expressão, embora o secretário mencione que não deve ser tão somente esse o definidor da *cultura popular*, assume preminência nos efeitos e resultados práticos das políticas culturais destinadas às chamadas *culturas populares*. Não significa, contudo, que

esses efeitos sejam exatamente os mesmos, nem que as formulações teóricas acerca da *cultura popular* presentes na administração cultural pública sejam idênticas. Os programas culturais analisados a seguir evidenciam parte dessas distinções, mas cujos efeitos práticos são bastante próximos.

Um exemplo que pode ser elucidativo a esse respeito é o *Programa Observatório dos Editais*, gerido pela Secretaria de Políticas de Culturais do Ministério da Cultura. O programa consiste em reunir informações, gerenciar dados e apontar potencialidades acerca da rede de editais públicos presente no Sistema Federal de Cultura (SFC). Os editais são instrumentos que operam como ações dentro dos programas culturais. São baseados na seleção pública que destina recursos para a realização de projetos elaborados captados por pessoas jurídicas (organizações culturais, associações de artistas, sindicatos, empresas privadas, produtores culturais, entre outros) e pessoas físicas. A maioria dos recursos, aproximadamente 70%, são destinados para pessoas jurídicas, devidamente constituídas. Segundo o programa, a rede de editais busca desenvolver cinco potencialidades complementares: aumento da difusão e do alcance das políticas públicas; capacitação de agentes culturais; estímulo à inovação, experimentação e áreas com menor inserção no mercado; construção de um banco de dados de instituições e atividades culturais e elaboração de um calendário anual de editais.

Entre 2003 e 2007 houve 209¹⁵³ seleções públicas, com destinação orçamentária total de R\$ 653 milhões, com mais de 6800 projetos culturais contemplados. Desse total, 159 seleções foram realizadas pelo próprio Ministério da Cultura (totalizando R\$ 343 milhões), 45 foram realizadas por empresas estatais (R\$ 270 milhões) e 5 realizadas por empresas privadas (totalizando R\$ 40 milhões). Desse montante, é preciso ser acrescido R\$ 56 milhões repassados pela União, estados e municípios para seleção dos *pontos de cultura*, do *Programa Educação, Cultura e Cidadania*. Os editais de seleção pública lançados pelas empresas privadas aumentaram 36% entre 2006 e 2007. No entanto, as empresas públicas correspondem a 90% dos editais de seleção pública. Das políticas culturais mantidas por essas empresas, a seleção pública por meio de editais representa 45% do total de recursos investidos. As principais empresas a praticar a seleção pública por meio de editais são a Petrobrás, o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), a Caixa Econômica Federal e o Banco do Nordeste (BNB).

¹⁵³ *Programa Observatório dos editais*, Secretaria de Políticas Culturais, www.cultura.gov.br

A terceira potencialidade destacada pelo *Programa Observatório de Editais* (experimentação e áreas com menor inserção no mercado) é aquela que aparece de maneira mais substancial no conjunto dos editais do Sistema Federal de Cultura (SFC). Um exemplo a esse respeito (poderiam ser citados muitos outros) é o edital anual *Prêmio das Culturas Populares*, lançado anualmente para homenagear um dos mestres de arte da cultura popular brasileira. Em 2008 foi homenageado o cantador popular de côco e reconhecido mestre de arte nordestino Humberto Maracanã.

O prêmio|edital está na sua 3ª edição, é gerido e organizado pela Secretaria da Identidade e Diversidade (SID), do Ministério da Cultura. A maior parte dos proponentes nas três edições do prêmio|edital, assim como os premiados, foram associações de artistas que trabalham sistematicamente em apresentações, *shows* e eventos de um modo geral. Nas três edições o prêmio destinou R\$ 5 milhões pra mestres e comunidades artísticas, divididos em três categorias: mestres, grupos formais e grupos tradicionais informais. No Edital de 2008 inscreveram-se 574 projetos, já previamente habilitados em uma primeira etapa, sendo 136 para a primeira categoria, grupos formais, 206 para a segunda categoria, grupos tradicionais informais e 232 para a terceira categoria, mestres (SID|MINC).

Outro edital que merece destaque aqui, lançado e gerido anualmente pela Secretaria da Identidade e Diversidade (SID), é o edital do concurso de literatura de cordel. O edital, já na sua terceira edição, privilegia a seleção de novas obras da literatura de cordel. Na sua edição de 2007 o prêmio exigia que as obras versassem sobre a Feira de Caruaru. O objetivo era então homenagear a Feira de Caruaru diante da conclusão do seu processo de registro realizado DPINPHAN, que culminou com a concessão do registro e do título de *Patrimônio Cultural do Brasil* à Feira de Caruaru.

A rede de editais mantidos pela esfera federal se cruza com a rede mantida pelas instituições da administração cultural. Desde 2003 a Secretaria de Cultura de Pernambuco promove em todo Estado o concurso de cantadores de repente. O concurso teve como objetivo premiar as duplas de repentistas mais criativas, cujos temas eram livres, mas sempre referidos a temas do cotidiano sertanejo-nordestino, inscritos nas memórias orais dos cantadores, repentistas, cordelistas, entre outros. A versão 2006 do concurso não se restringiu mais somente ao Estado de Pernambuco, mas passou a adotar um sistema de premiação e eliminação nacional, com etapas no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Essa última foi palco da grande final da versão 2006 do concurso, realizada na Casa do

Cantador, localizada na região administrativa da Ceilândia, no Distrito Federal, em Junho de 2006, e depois realizada na FUNARTE, durante o *Segundo Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares e Primeiro Encontro Sul-Americano de Culturas Populares*, realizado entre 14 e 17 de Setembro de 2006, em Brasília.

Um outro exemplo da política de editais é seguida pela Secretaria de Cultura da Bahia Secult-(BA). Segundo o relatório de balanço das ações da Secult em 2008¹⁵⁴, nesse ano foram lançados 33 editais, que destinaram R\$ 22 milhões (cerca de 65% do total de recursos disponíveis no Fundo de Cultura do Estado da Bahia – FCBA - para aquele ano) para 293 projetos e ações culturais. Desses, destacou-se o edital *Território Cultural*, que destinou cerca de R\$ 8 milhões (ou seja, aproximadamente 35% dos recursos destinados para os editais públicos dentro do FCBA) para 26 projetos de desenvolvimento territorial da cultura. O edital território Cultural forma a base do programa de *Desenvolvimento Territorial da Cultura*, lançado em 2008 e que consiste em conhecer e dinamizar, através do mapeamento das principais zonas da identidade no estado, os espaços (territórios e regiões) de maior riqueza e produção simbólica do estado.

Todos esses exemplos, como a grande maioria dos editais e prêmios destinados às *culturas populares*, notadamente no que diz respeito à narrativa de significado do *sertão* nordestino, estão informados por uma noção de *cultura popular* bastante idealista e encantada, bem próximas às formulações engendradas pelo movimento folclórico brasileiro nos anos cinquenta e sessenta do século passado, cujas ações e pesquisas contribuíram bastante para a construção social do estatuto da “pureza” e da “autenticidade”, problematizado no primeiro capítulo deste trabalho. No entanto, os editais não configuram o melhor exemplo empírico para se compreender os efeitos práticos de determinadas ações institucionais, mas sim os programas culturais, notadamente aqueles que apresentam uma maior regularidade temporal e, portanto, maior densidade institucional.

3.2.1 *Cultura Viva: os pontos de cultura como selos institucionais de reconhecimento.*

O *Programa Cultura, Identidade, Educação e Cidadania (Cultura Viva)* foi criado em 2004, no âmbito da Secretaria de Programas e Projetos Culturais (SPPC) do Ministério da

¹⁵⁴ Ver *Balanço das ações da Secult 2008*, www.secult.gov.br.

Cultura. O Programa estabelece como sistemática de atuação a constituição de espaços de integração artístico-cultural, marcados pela relação direta entre o Ministério da Cultura e diversas organizações, órgãos governamentais, empresas privadas, associações, sindicatos, organizações não-governamentais, entre outras. Esses espaços recebem o nome de *Pontos de Cultura*. De acordo com as fontes¹⁵⁵ de justificação do programa, o mesmo tem como principal objetivo ampliar e garantir o acesso aos meios de fruição, produção e difusão cultural. Atuando, para tanto, por meio da criação da rede de *pontos de cultura*. Por ocasião do lançamento do programa, o então ministro da cultura Gilberto Gil, assim o definiu: “São intervenções agudas nas profundezas do Brasil rural e urbano, para despertar, estimular e projetar o que há de singular e mais positivo nas comunidades, nas periferias, nos quilombos, nas aldeias: a cultura local”. (GIL, 2004).

Segundo o Laboratório de Políticas Públicas da Universidade Federal Fluminense (UFF)¹⁵⁶, 86% dos contatos realizados entre os *pontos de cultura* e o Minc foram de iniciativa dos próprios pontos, isto é, entidades e organizações da sociedade civil. Qualquer entidade, organização não-governamental ou governamental, empresa, associação de bairro, sindicatos corporativos, órgãos públicos, entidades artísticas, entre outros, pode se tornar um *ponto de cultura*. O cadastro e registro do ponto dizem respeito a um processo de seleção, no qual a organização se habilita a abrigar uma determinada atividade artística e/ou educacional. Uma vez selecionado o espaço passa a ostentar o selo *de ponto de cultura*, pleiteando recursos junto ao Sistema Federal de Cultura (SFC) e outras fontes de receitas, como secretarias estaduais e municipais de cultura, fundações públicas e privadas, empresas públicas e privadas, entre outras.

Cerca de 88% dos *pontos de cultura* retiram seus recursos de sobrevivência do *Programa Cultura, Identidade, Educação e Cidadania (Cultura Viva)*, ao passo que 34% dos pontos obtém parte de seus recursos a empresas privadas e públicas, outros 28% auferem parte de seus recursos através do poder público municipal. O gasto médio mensal de 47% dos pontos de cultura fica entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00¹⁵⁷, ao passo que 16% dos pontos possuem um gasto médio mensal entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00. 53% dos 100 pontos de cultura entrevistados pelo Laboratório de Políticas Públicas da Universidade

¹⁵⁵ Relatório de atividades da Secult-BA 2008.

¹⁵⁶ *Avaliação Piloto, Relatório final do Programa Cultura Viva*, Ministério da Cultura e Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, setembro de 2006.

¹⁵⁷ Segundo dados de 2006.

Federal Fluminense (UFF) responderam que parte importante dos recursos dos pontos vêm da venda de produtos. Do total dos pontos entrevistados, 27% produzem e comercializam produtos, desses destacam-se a venda de bens e serviços culturais, como, por exemplo, cachês recebidos através de apresentações de grupos musicais (20% dos casos), de apresentações teatrais (18%) e de apresentações de dança (12%) e da venda de produtos e utensílios artesanais (19%).

De acordo com os dados da pesquisa realizada pelo LPP|UFF, 68% dos *pontos de cultura* têm como objetivo central desenvolver o fortalecimento da cidadania, ao passo que 54% têm como objetivo central acesso à cultura e 32% têm como objetivo a valorização da cultura local. De acordo com a Diretoria de Gestão Estratégica, ligada a Secretaria Executiva do Ministério da Cultura, foram alocados em 2006 R\$ 45,6 milhões para o Programa *Cultura Viva*, volume que passou para R\$ 126,6 milhões em 2007 (ou seja, praticamente triplicou em um ano) e R\$ 130 milhões em 2008, alcançando, como demonstra a tabela 8, cerca de 10% do orçamento do Ministério da Cultura no âmbito da administração direta. Quando programa foi lançado, em 2004, esse montante correspondia apenas 1% do orçamento geral do ministério no âmbito da administração direta.

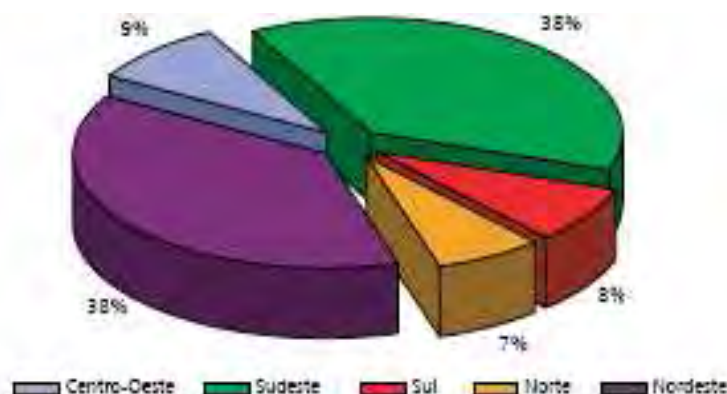
Tabela 5. Divisão dos recursos orçamentário do Sistema Min por programa cultural, 2008.

				R\$ 1,00	
Código	Programas	Lei Orçamentária	Creditos	Lei-Creditos	
0089	Previdência de Inativos e Pensionistas da União	72.078.767	0	72.078.767	
0167	Brasil Patrimônio Cultural	81.389.224	0	81.389.224	
0168	Livro Aberto	111.531.115	10.000.000	121.531.115	
0169	Brasil, Som e Imagem	134.121.573	40.000.000	174.121.573	
0171	Museu Memória e Cidadania	45.827.106	0	45.827.106	
0172	Cultura Afro-Brasileira	33.058.805	0	33.058.805	
0173	Gestão da Política de Cultura	47.245.607	0	47.245.607	
0681	Gestão da Participação em Organismos Internacionais	724.461	0	724.461	
0750	Apoio Administrativo	198.751.883	0	198.751.883	
0813	Monumenta	59.526.000	0	59.526.000	
0901	Operações Especiais :Cumprimento de Sentenças Judiciais	4.513.701	0	4.513.701	
0906	Operações Especiais: Serviço da Dívida Externa (Juros e Amortizações)	15.931.973	0	15.931.973	
0999	Reserva de Contingência	6.982.868	0	6.982.868	
1137	Reabilitação de Areas Urbanas Centrais	300.000	0	300.000	
1141	Cultura Viva - Arte, Educação e Cidadania	120.362.722	10.000.000	130.362.722	
1142	Engenho das Artes	206.365.890	61.414.840	267.780.730	
1305	Revitalização de Bacias Hidrográficas em Situação de Vulnerabilidade e Degradação Ambiental	50.000	0	50.000	
1355	Identidade e Diversidade Cultural - Brasil Plural	9.160.000	0	9.160.000	
1391	Desenvolvimento da Economia da Cultura - PRODEC	7.700.000	0	7.700.000	
TOTAL		1.155.621.695	121.414.840	1.277.036.535	

Fonte: Ministério da Cultura.

Do público indiretamente beneficiado, ou seja, aqueles que residem próximo ao local onde o *ponto de cultura* está instalado ou vêm de outros bairros e regiões urbanas distantes de onde o *ponto de cultura* está situado, cerca de 43% se beneficiam como espectadores, 17% como usuários dos equipamentos culturais existentes nos pontos e 14% como usuário dos acervos bibliográficos, documentais e audiovisuais. Em abril de 2008 92% dos pontos de cultura estavam localizados em centros urbanos, totalizando 695 unidades, desses 38% estão na região Nordeste e 38% na região Sudeste. Do total dos pontos, cerca de 98% atendem a faixa-etária dos 16 aos 24 anos de idade, sendo que desses 61% pertencem a famílias com renda média que varia entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00¹⁵⁸, e cujo grau de escolaridade predominante do público atendido, ou seja, a faixa etária marcadamente jovem, é o ensino fundamental (51%), seguido pelo ensino médio (38%).

Gráfico 12. Distribuição dos pontos de cultura pelas regiões brasileiras.



Fonte: MinC.
Elaboração: Disoc/Ipes.

Em 2006 a totalidade dos recursos da administração direta somados aos repasses do mecenato (incluído as diferentes modalidades de incentivo¹⁵⁹) alcançou cerca de 1,6 bilhão de reais¹⁶⁰. Desse montante, a região Nordeste foi a segunda região do país na destinação de

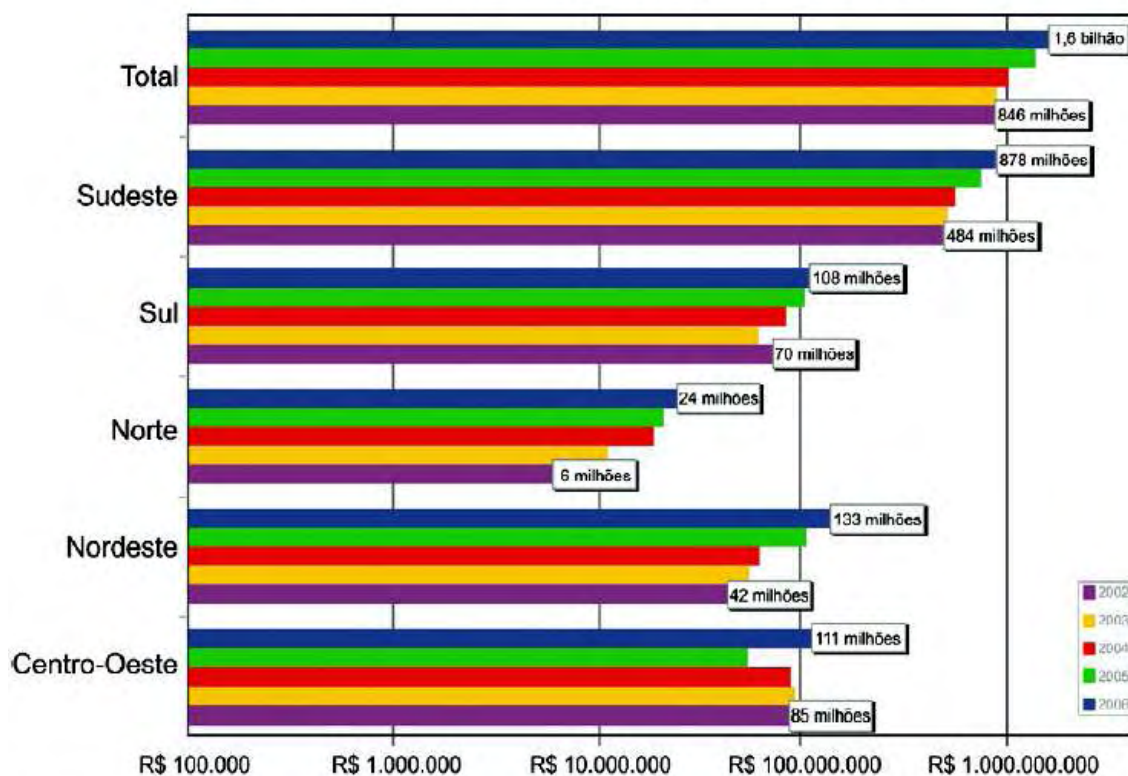
¹⁵⁸ Dados de 2007.

¹⁶⁰ Os dados dessa soma referentes a 2007 e 2008 ainda não estão disponíveis.

recursos (superada apenas pela região Sudeste), saltando de 42 R\$ milhões, em 2002, para 133 R\$, em 2006. Esse foi o segundo maior crescimento verificado em todas as regiões brasileiras, superado apenas pela região Norte, cujo total destinado, em 2006, foi de R\$ 24 milhões, menos de 20% do total destinado a região Nordeste no mesmo ano. Também de acordo com o IBGE, comparando-se as grandes regiões brasileiras em 2005 o Nordeste foi o que mais destinou recursos para a área de cultura, 1,2% do total das receitas arrecadadas. Ainda de acordo com o IBGE, salta aos olhos os número significativo de secretarias exclusivas de cultura nos municípios da região Nordeste, sendo superada apenas pela região Sudeste, onde os municípios possuem orçamentos significativamente maiores (IBGE, 2006).

Gráfico 13.

Evolução dos recursos federais destinados à cultura entre 2002 e 2006, via orçamento e mecenato, segundo as regiões do país e total



Fonte: MinC/DGE. Números atualizados pelo IGP-DI outubro/07. Os valores destacados se referem ao primeiro e último ano.

A grande presença da *cultura* na estrutura da administração dos municípios nordestinos se deve a dois processos interdependentes. O primeiro iniciado com maior vigor nos anos oitenta e o segundo iniciado a partir dessa década. Em parte a grande presença da cultura na administração da região se deve ao peso político-econômico alcançado pelas atividades de entretenimento-turismo nos últimos anos, notadamente o ciclo de festas populares, como o carnaval e os festejos juninos. Esses eventos, vistos em sua totalidade, tecem uma complexa e diversificada economia da diversão na região, que passou a reclamar dos poderes públicos (notadamente dos municípios que abrigam esses grandes eventos) ações de planejamento há longo prazo, concentrada principalmente na montagem de infraestruturas urbanas adaptadas às práticas lúdicas de fruição e diversão. Segundo o IBGE¹⁶¹, em 2005 26,2% dos municípios brasileiros possuíam projetos de implementação de turismo cultural, sendo que a região Sudeste lidera a lista de projetos implementados, seguida pela região Nordeste.

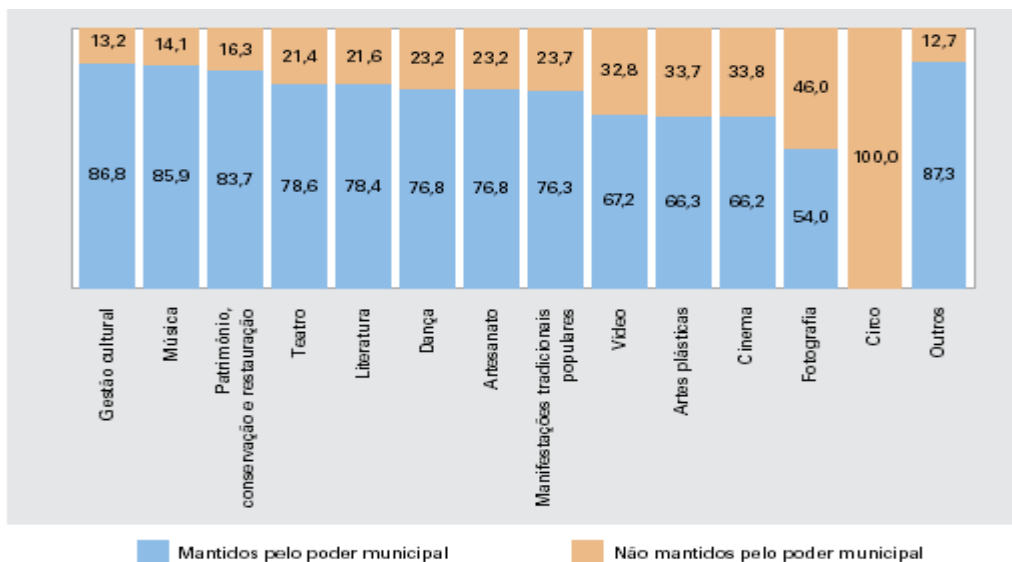
Por outro lado, a presença do tema da cultura na burocracia pública se deve também a um movimento mais recente, que diz respeito à incorporação, por parte da administração cultural pública sertanejo-nordestina, dos insumos discursivos do *repertório UNESCO*. De acordo com a pesquisa realizada pelo LPP|UFF, 92% dos *pontos de cultura* em 2006 estavam sediados em centros urbanos. No entanto, a maioria desses, cerca de 55%, estão em médios e pequenos municípios. Na região Nordeste esse número sobe para 65%. Segundo o dados do LPP|UFF, 99% dos pontos de cultura realizam atividades de formação profissional, sendo que dessas 67% são voltadas à produção cultural e 64% abrigam cursos profissionalizantes nas diversas linguagens artísticas, predominando o audiovisual (66%), a música (61%) e o teatro (56%). Cerca de 27% dos *pontos de cultura* instaurados, isto é, habilitados, até 2006 retiravam parte de seus recursos da venda de bens e serviços culturais, como cachês decorrestes de apresentações musicais (20%), teatrais (18%), de dança (12%) e da venda de utensílios artesanais (19%).

Segundo o IBGE, ente 2004 e 2006 51% dos municípios brasileiros desenvolveram ações culturais para públicos variados, 49,4% desenvolveram ações pra a dinamização do calendário de festas *tradicionais populares* e 43,5% desenvolveram ações voltadas para o resgate das *tradições populares*. No Nordeste a segunda linha de ação assume um

¹⁶¹ IBGE, *Perfil dos municípios brasileiros, 2006*.

percentual de 56% e a terceira o percentual de 52%. Talvez por tudo isso na região Nordeste o percentual de municípios que aderiram formalmente ao Sistema Nacional de Cultura (SNC) seja 10% maior do que a média nacional, que era de 35% em 2006.

Gráfico 14. Percentual de municípios com escolas, oficinas ou curso regular em atividades culturais, segundo a manutenção do poder público municipal. Brasil-2006



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

O gráfico 14 evidencia que a maioria das atividades culturais realizadas nos municípios brasileiros são mantidas pelo poder público municipal. Explicita também o peso significativo das atividades culturais de artesanato e *manifestações tradicionais populares*, respectivamente com 76,8% e 76,3% das atividades mantidas pelo poder público municipal em 2006. O Programa *Cultura Viva* possui uma formulação teórica (que tem efeitos operacionais práticos) acerca da noção de *cultura popular bastante* peculiar. Se disse antes que em 2006 92% dos *pontos de cultura* estavam localizados nos centros urbanos, sendo que 55% deles estavam em pequenos e médios municípios, a maioria localizados na região Nordeste. No entanto, os demais pontos, 45%, localizam-se nos grandes municípios brasileiros, onde se localiza a grande maioria da população brasileira, ou seja, nos centros urbanos mais populosos e povoados. Como os dados acima demonstram, a maioria do público atendido pelo programa é jovem, na faixa-etária de 16 a 24 anos, pertencentes a famílias pobres, com renda entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00¹⁶², que no caso dos 45% pontos

¹⁶² Valores de 2006.

localizados nos grandes municípios se situam nas periferias urbanas.

Essas variáveis demonstram como o programa possui um eixo organizacional bastante parecido com os demais programas e políticas públicas que buscam reduzir as desigualdades sociais no país e promover mecanismos de justiça social. Esse desenho, com se pode notar, insere as políticas culturais em um novo momento do longo processo de oficialização da cultura, e mais, evidencia uma nova compreensão das políticas culturais – especialmente do significado da *cultura popular* - no interior do processo de alargamento das funções do Estado nacional. Diante desse movimento, é possível sugerir que o *Programa Cultura Viva* vem estabelecendo uma racionalidade gerencial que o liga diretamente a agenda mais ampla das chamadas políticas sociais do governo federal, acentuando que a dimensão cidadã do conceito de *cultura* comparece nesse programa a partir do processo de profissionalização cultural.

Por outro lado, mantém um pé teórico e prático na concepção mais idealista e encantada de *cultura popular*, engendrada pelo movimento folclórico brasileiro ao longo do processo de modernização nacional. Esse elo teórico diz respeito ao conceito de *comunidade*, cujo núcleo semântico está marcado por noções como *parentesco*, *vizinhança*, *pessoalidade e vida comunitária*, antípodas de noções como *impessoalidade*, *vida urbana e individualização*, que formam o campo semântico do conceito de *sociedade*. A noção de *comunidade* nutrida pelo Programa *Cultura Viva* consiste em reformar, pelo menos em parte, essa noção de *comunidade*, deslocando-a para o âmbito da vida urbana, procurando integrar nos espaços onde funcionam os *pontos de cultura* (escolas, centros comunitários, associações de bairros, teatros, cinemas, entre outros) ações e posturas cotidianas que revisitam o campo semântico do conceito de *comunidade*.

A força teórica e prática do conceito de *comunidade* no âmbito do Programa *Cultura Viva* é evidenciada, como se pode depreender, nas ações pedagógico-profissionais que se desenvolvem majoritariamente no âmbito dos *Pontos de cultura*. Essa noção do conceito busca retomara posturas e ações cotidianas que lembram o campo semântico que está na matriz do conceito, estabelecendo no âmbito dos *Pontos de Cultura* uma rede de vizinhança, de afeto e cooperação comunitária. Por outro lado, as atividades de profissionalização cultural, desenvolvida em torno de diversos projetos pedagógicos,

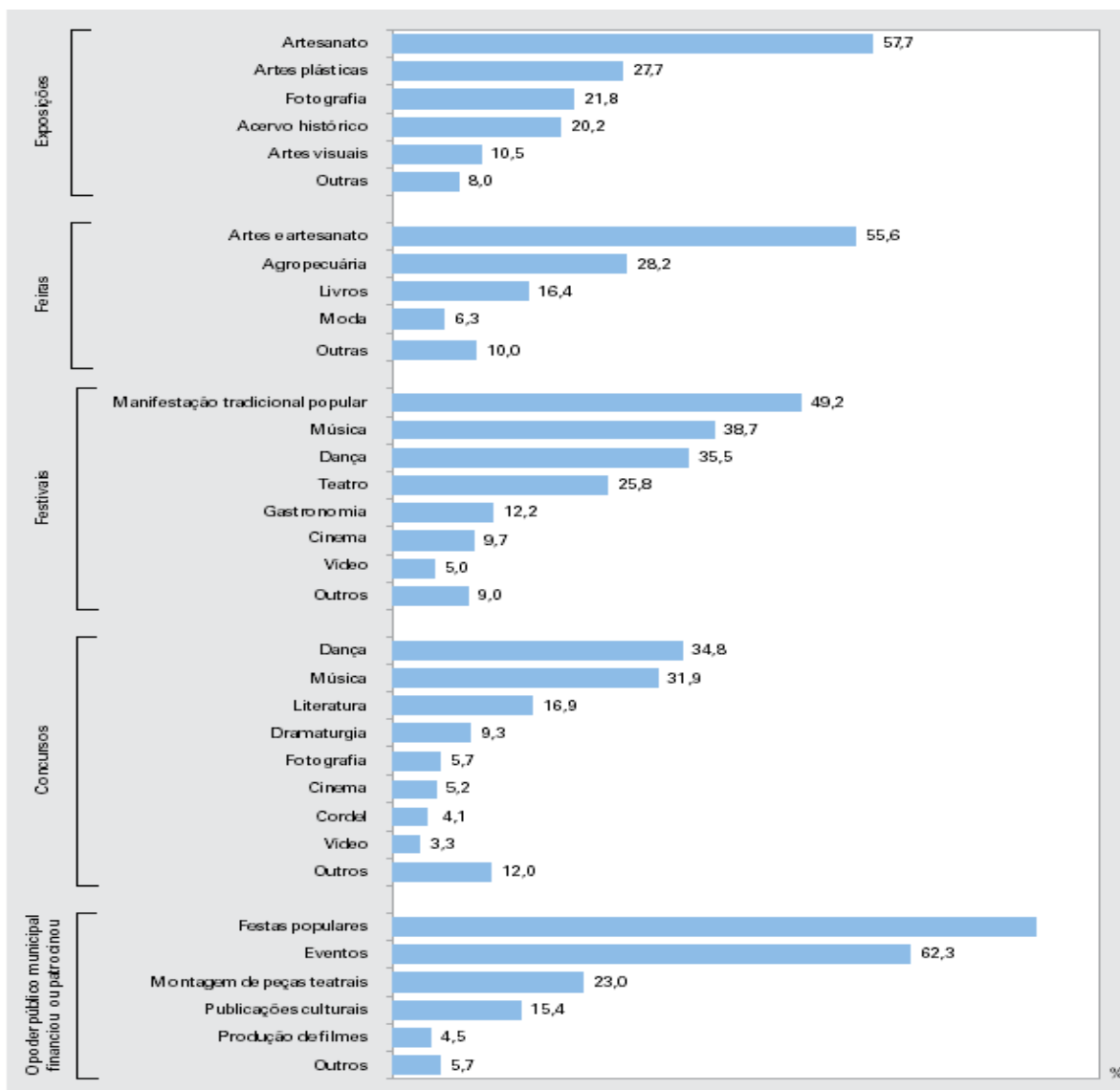
inclusive projetos de combate à violência e à pobreza através do aprendizado estético ¹⁶³, atestam a existência de uma concepção específica do processo de criação artística.

O Programa *Cultura Viva* guarda uma concepção de criação artística lastreada na transmissão pedagógica, baseada em oficinas e atividades de profissionalização cultural, portanto, bastante integrada à condição urbana de vida. A vasta e dilatada rede de organizações de profissionalização cultural, que ostentam e fazem uso do reconhecimento público e institucional atribuído aos *pontos de cultura* permite realizar uma interface entre essa política cultural específica e o tema das *indústrias da criatividade*. Essa interface concorre para a formação de determinados mercados simbólicos acentados no valor social conferido à categorias como *arte popular, tradição e “autenticidade”*.

De acordo com o IBGE, em 2005 foram registradas cinco grandes categorias de atividades culturais desenvolvidas no âmbito dos municípios brasileiros: exposições, feiras, festivais, concursos e eventos em geral. As cinco atividades culturais que aparecem no gráfico 15 inscrevem-se no acervo de atividades culturais realizadas por meio das saídas externas, aquelas realizadas fora do domicílio, que correspondem no Brasil a cerca de 20% do total do consumo cultural das famílias brasileiras (agente que mais consome e demanda bens e serviços culturais), perfazendo um total, em 2002, de R\$ 1,2 bilhão.

¹⁶³ No Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Salvador, apenas para citar as quatro maiores cidades brasileiras, há diversos projetos dirigidos para o ensinamento das artes urbanas, como o *grafite*, que visam, simultaneamente, profissionalizar os jovens e reduzir as atividades de pichação urbanas, que atraem contra os jovens pichadores a ação da polícia, dos vigilantes privados e dos proprietários de imóveis.

Gráfico 15. Percentual de municípios com atividades culturais, segundo o tipo. Brasil-2006.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

Como se pode constatar no gráfico 15, das cinco categorias de atividades culturais mantidas pelos municípios brasileiros (exposições, feiras, festivais, concursos e outras atividades que o poder público municipal patrocinou) o artesanato se destaca nas duas primeiras, apresentando um percentual de 57,7% nas exposições e 55,6% nas feiras, ademais os bens artesanais estão espalhados pelas demais categorias de atividades culturais. No Nordeste, esses percentuais sobem, respectivamente, para 63% e 59%. Segundo a mesma pesquisa, da totalidade dos municípios brasileiros que mantêm grupos artísticos (cerca de 80% deles), 64% são grupos de artesanato, desses 53,3% são mantidos

diretamente pelo poder municipal. Outra atividade que aparece com grande força, especificamente na categoria festivais, são as *manifestações tradicionais e populares*. As atividades de festas populares, por seu turno, aparecem com cerca de 80% no interior da categoria de atividades mantidas pelo poder público municipal (MUNIC, 2006).

Não obstante, a relevância do artesanato, das *manifestações tradicionais populares* e das festas populares não vem ocorrendo como uma dinâmica desta década, localizada apenas no âmbito da administração cultural municipal. Em uma das publicações do Ministério da Cultura de 1997, por exemplo, um calendário de eventos (*Calendário de Eventos culturais 1996/1997, Brasil, Ministério da Cultura*), distribuído no país inteiro, traz uma lista pormenorizada de atividades culturais realizadas por empresas públicas e privadas, além de órgãos específicos da administração cultural municipal e estadual, com mais de 2000 eventos culturais do país, no interior dos quais o chamado segmento da *cultura popular* aparece com um percentual bastante significativo.

Tabela 6

Eventos por segmento	Em %
Artes Cênicas	7
Artes Visuais	7
Cinema/ vídeo	2
Música	15
Livros, literatura	4
Cultura Popular	60
Dimensão etnocultural	4
Outros	1
Total	100

Fonte: Ministério da Cultura.

Tabela 7

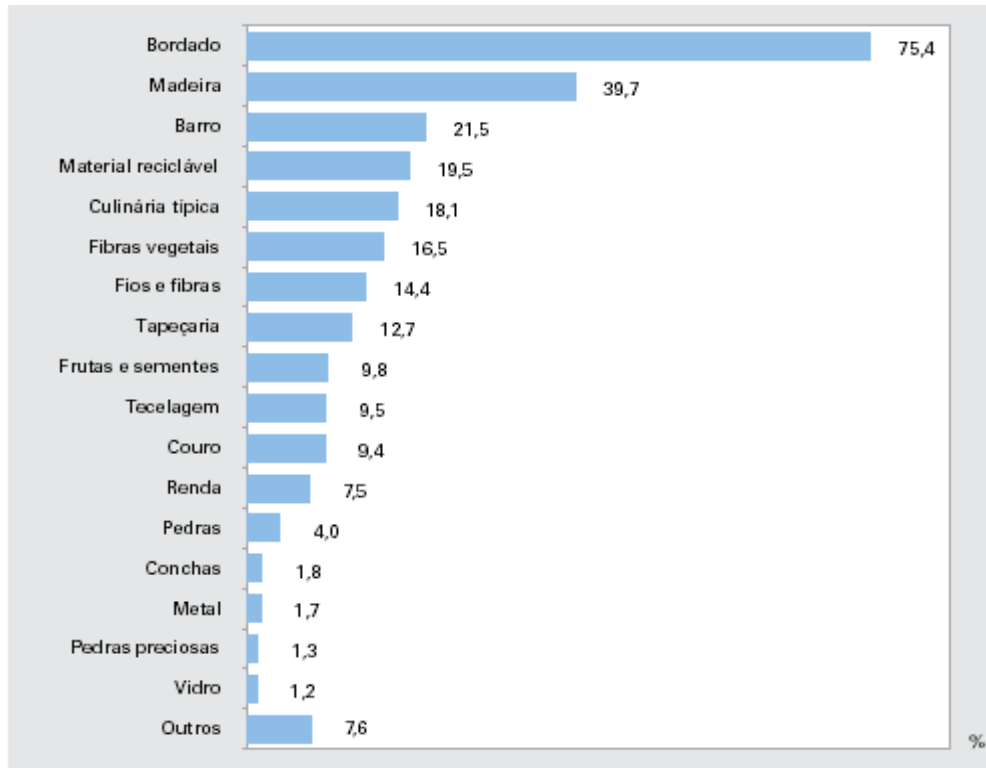
Cultura Popular	Nº Absolutos
Folclore	117
Artesanato	33
Manifestações Religiosas	159
Carnaval	62
Gastronomia	16
Festas Cívicas	67
Outras	15
Total	469

Fonte: Ministério da Cultura.

As classificações que aparecem nas tabelas 9 e 10 turvam por completo a tentativa de realizar certa taxonomia dessas classificações, pois novamente seria tentador indagar: artes cênicas, cinema e música, como linguagens que são, não poderiam portar o segmento de *cultura popular*? Por outro lado, e é exatamente isso que importa do ponto de vista analítico e empírico, essas classificações são formulações e dispositivos que informam a elaboração e justificação das políticas públicas de cultura, notadamente àquelas destinadas às *culturas populares*. Nesse sentido, são formulações de primeira ordem, isto é, *categorias nativas* com peso simbólico e econômico significativo, pois são engendradas pela administração cultural pública, detendo, portanto, uma grande força de oficialidade e

legitimidade institucional.

Gráfico 16. Percentual de municípios com atividade artesanal, por tipo – Brasil - 2006



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

O gráfico 16 evidencia o destaque da atividade cultural artesanato e/ou arte popular nos municípios brasileiros por tipo específico. Como foi trabalhado e problematizado antes, os objetos do artesanato e/ou da arte popular travam uma estreita interface com as políticas públicas de *patrimônio cultural imaterial*, ensejando um conjunto de tensões acerca dos usos dos direitos de imagens por uma miríade de agentes culturais e econômicos. Como o artesanato é uma das atividades culturais que mais se destaca no âmbito do *Programa Cultura Viva*, tanto a partir da venda de produtos nos *pontos de cultura*, quanto das associações e entidades culturais que desenvolvem cursos de ensino e profissionalização do artesanato e da arte popular, e que são cadastradas como *pontos de cultura*, as interdependências sociais (ELIAS, 1993) se estreitam ainda mais, pois se trata de políticas públicas cujos efeitos práticos concorrem para a formação de mercados simbólicos fundados no valor social conferido a categorias como *tradição*, *autenticidade* e *criatividade*.

Como se viu na figura 09, extraída por Reis das formulações teóricas de Throsby, o artesanato é um dos componentes que constituem o núcleo duro das *indústrias da criatividade*, reputando-se a esse, assim como as demais atividades criativas que compõem o núcleo duro das *indústrias da criatividade*, grande força e potencial criativo. Nesse sentido, seria sugestivo aventar a hipótese que o *Programa Cultura Viva*, além de outros aspectos, é uma ação institucional destinada à dinamização das *indústrias da criatividade no Brasil*. Convertendo a hipótese em uma indagação: não seria o *Programa Cultura Viva*, através dos dados que podemos examinar e cruzar até agora, um programa de formação de mão-de-obra cultural, inscrito em um movimento maior de profissionalização da cultura, e mais, não seria esse um exemplo acabado de como o Estado atua, nos três níveis da esfera administrativa, como um produtor também de mão-de-obra cultural especializada?

Isso não significa, contudo, que seja o Estado o produtor solitário dessa mão-de-obra artístico-cultural especializada, mas sim que as relações alinhavadas entre municípios, estados e a união, através dos *pontos de cultura* e outros programas culturais, criam as condições de profissionalização. É nesse sentido que o *Programa Cultura Viva* explora, em consonância direta com as demais dimensões, a *dimensão cidadã* através da capacitação e profissionalização educacional-artística. O conceito mais recorrente nos documentos de justificativa e implementação do programa é o de *cidadania*¹⁶⁴, no entanto, as outras duas dimensões operacionais do conceito de *cultura* (dimensão *simbólica e econômica*) desenvolvida pelo sistema Federal de Cultura (SFC) também estão muito presentes no programa. O *Programa Cultura Viva* é, assim, uma espécie de programa-síntese de integração das três dimensões teóricas e operacionais do conceito de *cultura* desenvolvido no âmbito do Sistema Nacional de Cultura (SNC).

Tem grupos que já propõem dispensar os recursos, reivindicando apenas o selo 'Ponto de Cultura', dessa maneira a rede vai se tecendo de forma maior"(...) São mais de 500 Pontos de Cultura espelhados pelo país. Outros 4 mil foram habilitados e aguardam a necessária implementação orçamentária do programa para serem contemplados. O *Cultura Viva* é hoje a maior ação do Minc para dar realidade ao desejo de disponibilização de bens e serviços culturais a todos. Um trabalho para promover a autonomia das comunidades, garantindo que essas possam formar seus produtores. (TURINO, Minc, 2007).

A fala a cima foi extraída do discurso do Secretário de Programa e Projetos Culturais,

¹⁶⁴ Programa *Cultura Viva*, relatório de avaliação institucional, Rio de Janeiro, Laboratório de Políticas Públicas (LPP), Universidade Federal Fluminense (UFF), 2006.

Célio Turino, por ocasião de lançamento do 500º do Ponto de Cultura (Minc, 2007). Essa passagem da fala do secretário Turino é emblemática. Um dos elementos constitutivos mais decisivos do Programa *Cultura Viva* é exatamente o potencial simbólico de credenciamento, ou seja, nas palavras do secretário, a ostentação da franquia e/ou do selo conferido pelo Minc. Essa concessão dinamiza e produz novas tintas no já colorido mosaico de marcas e selos públicos que formam o mercado do prestígio cultural.

Como se pode depreender, os *pontos de cultura* atuam também, ou, sobretudo, como uma espécie de selo, algo como uma franquia, que é renovada periodicamente pelo Ministério da Cultura e, de acordo com os critérios de avaliação do programa, o título pode ou não ser renovado. O oferecimento de alguma atividade de profissionalização artística, experiência prévia da instituição e formação escolar-acadêmica dos organizadores são alguns dos critérios para a concessão do cadastramento. Em 2006, 61% das propostas de constituição dos *pontos de cultura* foram realizadas por novas instituições, ou seja, por instituições que foram criadas para pleitear o título e os recursos derivados do programa *Cultura Viva*, ao passo que 39% das propostas foram encaminhadas por instituições já existentes, centros de profissionalização, escolas comunitárias, associações culturais, sindicatos de artistas, entidades culturais, entre outras (LPP\UFF). Dessas duas categorias de proponentes, ou seja, instituições novas e antigas, 59% foram propostas por organizações não-governamentais (ONGs).

O Programa *Cultura Viva* é uma ação que explora o registro da *cidadania cultural* (terceira dimensão operacional do conceito ampliado de *cultura*) a partir da dinamização do processo de profissionalização da cultura, especialmente a *cultura popular*, mas também é um programa que, simultâneo a esse primeiro aspecto, concede uma prebenda, isto é, o direito de uma instituição atuar como um *ponto de cultura*, cadastrado e credenciado pelo Ministério da Cultura. A conquista e o direito de dispor dessa chancela implica toda sorte de disputas e negociações. O Programa *Cultura Viva*, por um lado, produz parte dos especialistas que produzem os bens e serviços da *cultura popular*, por outro, põe em circulação um signo (*Ponto de Cultura*) que porta um alto valor distintivo, tanto para quem o possui quanto para quem contribui para mantê-lo, sejam organizações privadas ou públicas.

3.2.2 O PNPI: o sertão e a institucionalização das políticas de patrimônio cultural imaterial.

O *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI). O PNPI é resultado da publicação do Decreto nº 3.551|00, de 04 de Agosto de 2000. O decreto instituiu o Conselho Consultivo do Patrimônio Imaterial, responsável pela implementação da nova política. O Decreto nº 3.551|00 foi resultado de uma discussão impulsionada nos anos noventa. Em 1997 foi realizado o *Seminário do Patrimônio Imaterial: Estratégias e Formas de Proteção*, realizado em Fortaleza-CE, em comemoração aos sessenta anos de criação do IPHAN. Esse seminário, do qual participaram, além de representantes do Ministério da Cultura, entidades da sociedade civil e grupos de artistas, publicou a *Carta de Fortaleza*, na qual se estabeleceram os objetivos e metas de criação de uma política do patrimônio imaterial que, entre outros aspectos, pretendia recupera as idéias contidas no projeto original de criação do IPHAN, redigido por Mário de Andrade¹⁶⁵.

Nesse contexto, o então ministro Francisco Wefort institui, por meio de uma portaria ministerial, um grupo de trabalho incumbido de realizar um conjunto de estudos e reflexões que fosse capaz de desenvolver um novo mecanismo jurídico de promoção e proteção ao *patrimônio imaterial*. Esse grupo de trabalho foi composto por técnicos do IPHAN, do CNFCP (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular), representantes do Ministério da Cultura e um consultor jurídico. Após dezessete meses, o grupo de trabalho apresentou para o ministro o esboço legal do que seria o Decreto nº 3.551|00, de 04 de agosto de 2000. Acerca do grupo de trabalho criado em 1998 Márcia Sant'anna, uma das integrantes do grupo e hoje diretora do Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI) do IPHAN, ressalta:

¹⁶⁵ Em 1936 Mário de Andrade, então diretor do Departamento de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo, foi convidado por Gustavo Capanema, Ministro da Educação e Saúde Pública, para elaborar um anteprojeto destinado à criação de um serviço federal específico para a preservação do patrimônio cultural nacional. Duas semanas depois, em março de 1936, o projeto foi apresentado ao ministro, que aprovou o anteprojeto de criação do Serviço do Patrimônio Artístico Nacional. No entanto, o projeto sofreu modificações (a começar pelo nome, que sofreu a incorporação do *H*, de histórico) no decurso de apresentação e apreciação a Câmara dos Deputados e ao Senado Federal. Durante cerca de um ano a equipe do ministro Capanema (liderada por Rodrigo Melo Franco de Andrade, responsável pela redação inicial do projeto de lei de criação do SPAN e dirigente máximo do órgão até os anos setenta) correu as casas do parlamento nacional. Finalmente, após acomodações, modificações, cortes e adaptações, o presidente Vargas aprovou o Decreto-Lei nº 25, que criou o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN).

O grupo foi criado pelo Ministério da Cultura, em 1998, para, juntamente com uma comissão de especialistas, propor formas de proteção a esse bem cultural. Esses resultados somaram-se ao levantamento do tratamento dado ao tema, no Brasil, a partir dos anos 30 e 40, com as idéias avançadas e visionárias de Mário de Andrade e os trabalhos da antiga Comissão Nacional do Folclore e, nos anos 70 e 80, com as iniciativas capitaneadas por Aloísio Magalhães. (SANT'ANNA, 2001, p.157)

O artigo 1º do Decreto 3.551/00 estabelece em seu inciso 1º os quatro livros de registros nos quais o bem que pleiteia o título de *Patrimônio Cultural do Brasil* (estabelecido pelo artigo 5º do referido decreto) deverá ser classificado. São eles: Livro de Registro dos Saberes, onde serão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades; Livro de Registro das Celebrações, onde serão inscritos os rituais e as festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; Livros de Registros das Formas de Expressão, onde serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas; Livro de Registro dos Lugares, onde serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas. O artigo 3º que as propostas de registro, acompanhadas de toda a documentação técnica, serão dirigidas ao Presidente do IPHAN, que a submeterá ao Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural.

A documentação técnica a que se refere o artigo 3ª diz respeito à metodologia instituída pelo PNPI e exigida pelo IPHAN. No último edital do PNPI, lançado em 2008 pelo Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI), do IPHAN, o texto estabelece que o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) é a metodologia de pesquisa desenvolvida pelo IPHAN que tem como objetivo produzir conhecimentos sobre os domínios da vida social aos quais são atribuídos sentidos e valores e que, portanto, constituem marcos e referências de identidade para determinado grupo social. O Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) foi desenvolvido a partir de discussões e reflexões travadas por técnicos do IPHAN e pesquisadora (sobretudo antropólogos) nos anos noventa e mais tarde aprimorada por técnicos do Centro nacional do Folclore e Cultura Popular (CNFCP). Não obstante, o INRC remonta, a partir de suas técnicas de coleta e dos procedimentos de observação, aos procedimentos de pesquisa etnográfica fomentados pela tradição antropológica.

O INRC estabelece os critérios e as especificidades entre os procedimentos de registro e inventário, ambos fazem parte dos objetivos da metodologia e compõem a dinâmica operacional do PNPI. As categorias de inventário e registro possuem contornos semânticos semelhantes, mas fazem partes de etapas distintas da metodologia do INRC. O inventário é uma das fases do processo de registro. Todos os bens registrados e agraciados com o *título de Patrimônio Cultural do Brasil* passaram pela fase de instauração do inventário, que consiste em reunir o maior número de informações possíveis sobre o bem em questão. A totalidade das informações levantadas durante a fase de inventário passam a compor um banco de dados que, mais tarde, pode ser utilizado pelos órgãos ocupados com as políticas de *patrimônio imaterial*. Os procedimentos de inventário são sempre realizados de acordo com as classificações prévias e os critérios de inserção em um dos quatro livros de registro.

O registro, por sua vez, é a etapa final do inventário, é o reconhecimento por parte do estado de que o bem em questão é digno da distinção de *Patrimônio Cultural do Brasil*, estabelecido pelo artigo 5º do Decreto nº 3552/00. Nem todos os bens são registrados, no entanto, para que o seja é necessário que seja inventariado. O registro no âmbito das políticas do *patrimônio imaterial* equivale ao tombamento realizado no âmbito das políticas de *patrimônio material*. Essa equivalência não se deve a especificidade dos instrumentos de proteção e exigência, já que a natureza dos bens (material e imaterial) difere muito. A equivalência mencionada se deve ao *status* do título, ou seja, o grau máximo que um bem pode alcançar sua oficialização. No caso do *patrimônio material*, o tombamento, como último ato formal de reconhecimento, no caso do *patrimônio imaterial*, o registro. No manual de aplicação do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC), lê-se:

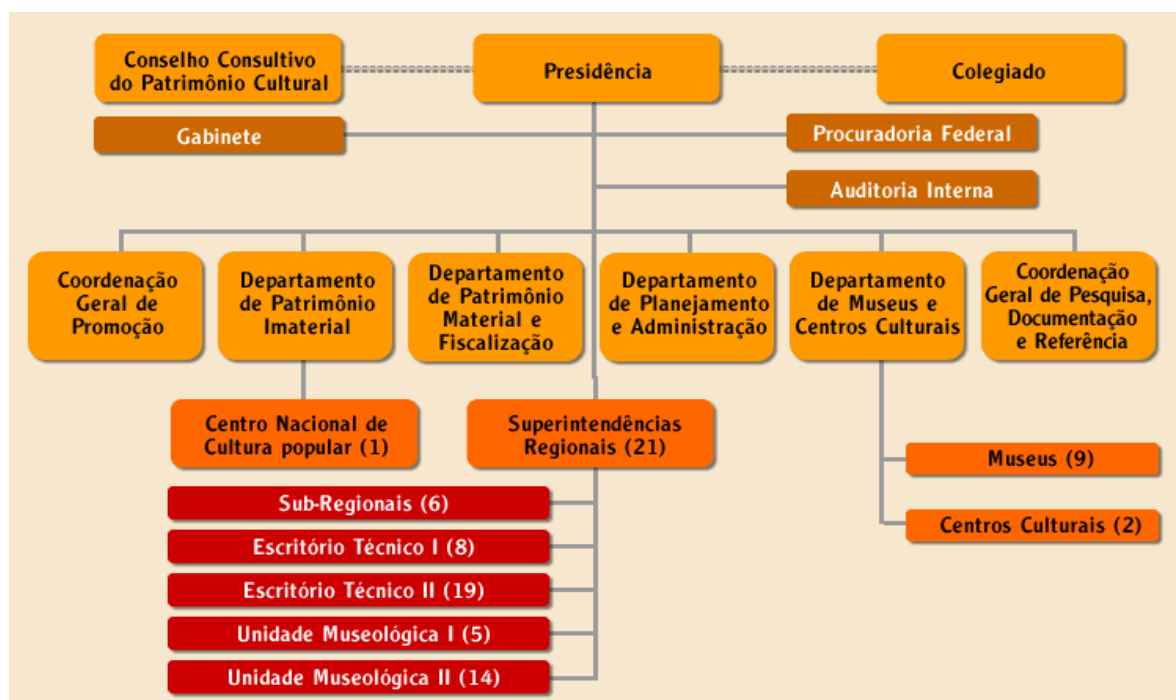
Referências são edificações e são paisagens naturais. São também as artes, os ofícios, as formas de expressão e os modos de fazer. São as festas e os lugares a que a memória e a vida social atribuem sentido diferenciado: são as consideradas mais belas, são as mais lembradas, as mais queridas. São fatos, atividades e objetivos que mobilizam a gente mais próxima e que reaproximam os que estão distantes, para que se reviva o sentimento de participar e de pertencer a um grupo, de possuir um lugar. Em suma, referências são objetos, práticas e lugares apropriados pela cultura na construção de sentidos de identidades, são o que popularmente se chama de “raiz” de uma cultura (IPHAN, 2000, p.12).

Hoje o processo de registro deve ser encaminhado pelo proponente a Gerência de Identificação do Departamento do Patrimônio Imaterial (DPI) do IPHAN. O processo de

registro segue os seguintes passos. O primeiro passo é dado pelo agente proponente, que, segundo o artigo 2º, deve partir de representantes legítimos como o próprio Ministério da Cultura, instituições vinculadas, secretarias de estado e municípios, associações civis e entidades da sociedade civil. Essa solicitação inicial deve contar as informações básicas acerca do bem que pleiteia o registro e deve ser encaminhada ao presidente do IPHAN. Após isso, inicia-se o segundo passo.

Recebida a solicitação, o Departamento de Patrimônio Imaterial do IPHAN inicia a instrução técnica, etapa de avaliação pesquisa que visa produzir informações e um conhecimento rigoroso sobre o bem, cuja metodologia utilizada é, na maioria das vezes, o INRC. A instrução técnica é concluída a partir da construção de um dossiê minucioso contendo todas as informações necessárias (material audiovisual, jornalístico, documental, bibliográfico, etc) sobre o processo de inventário. Após ser submetido à instância jurídica do IPHAN, o dossiê é então remetido ao Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural Imaterial, que aprecia o dossiê e indica um conselheiro que, mediante uma análise pormenorizada, emitirá um parecer final acerca do pleito, que será posto em votação na reunião seguinte do conselho.

Figura 21. Fluxograma do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN.



Fonte: Ministério da Cultura.

O Departamento de Patrimônio Imaterial é o espaço institucional responsável pela gestão do PNPI. Criado em 2004, o DPI substituiu o antigo Departamento de Identificação e Documentação (DID), abriga hoje três gerências: Gerência de Identificação, Gerência de Registro e Gerência de Apoio e Fomento. Vale destacar a presença do Centro Nacional do Folclore e Cultura Popular (CNFCP) na estrutura organizacional do IPHAN e sua vinculação ao Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI). Até 2003 o centro estava vinculado a FUNARTE, a partir de então foi deslocado para a alçada do IPHAN e vinculado ao DPI. Essa decisão se deve ao fato de que a partir da publicação do Decreto nº 3551/00 o centro foi o responsável pelos primeiros processos de registro (como registro do ofício das paneleiras de Goiabeiras, no Espírito Santo, primeiro bem imaterial da cultura brasileira). Hoje o centro é um ordenador de despesas, o que significa dizer que o centro tem autonomia decisória sobre seus recursos.

O registro e o inventário são etapas estabelecidas pela metodologia do INRC, mas como se viu através do longo processo de realização de registro, predomina dentro da sistemática de operação do PNPI o eixo do inventário. Através deste, o programa estabelece as coordenadas de destinação de recursos anuais por meio do lançamento do edital anual. O processo que leva ao registro é uma solicitação dos representantes legítimos, na sua maioria externos ao Sistema Federal de Cultura (SFC). É uma demanda dos grupos e organizações de artistas e intelectuais, ao passo que o processo de inventário é uma oferta estabelecida a partir do edital anual do PNPI, com dotação orçamentária definida dentro da estrutura organizacional do IPHAN para cada exercício. O PNPI atua a partir dos recursos orçamentários do IPHAN, com recursos advindos também de parcerias e convênios estabelecidos pelo Ministério da Cultura, por intermédio do Fundo Nacional de Cultura (FNC).

Tabela 8. Distribuição orçamentária do sistema Minc (SFC), de 1995 a 2007.

R\$ mil

UNIDADES	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Administração direta	41.866,1	61.920,8	61.225,6	59.205,0	82.227,5	89.323,7	105.367,2	77.674,7	62.385,9	89.494,7	160.489,5	170.613,2	274.177,4
Fund. Casa de Rui Barbosa	5.281,7	6.559,9	6.284,4	8.073,9	8.322,6	9.787,6	10.635,2	12.385,1	12.589,2	16.167,6	15.018,0	18.474,6	19.551,2
Fund. Biblioteca Nacional	21.320,7	21.008,1	22.626,6	20.638,3	24.652,9	25.881,3	26.949,1	29.784,9	29.924,2	37.815,4	54.886,8	47.741,4	65.241,0
Fund. Cultural Palmares	3.663,8	2.772,5	3.980,0	4.335,8	4.278,6	11.868,7	7.054,7	8.006,8	7.970,2	9.062,8	10.676,4	11.995,6	22.057,6
IPHAN	56.349,2	59.680,2	61.681,8	58.659,2	66.623,0	64.227,1	72.699,1	76.702,1	86.554,6	101.487,5	103.367,8	169.145,0	195.751,6
FUNARTE	21.966,2	23.594,7	26.418,3	23.936,8	23.391,3	23.937,2	28.883,1	29.181,6	29.337,2	31.464,4	32.065,3	67.989,5	53.988,4
ANCINE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27.603,6	33.674,9	37.114,5	47.761,9
Fundo Nacional de Cultura	12.944,3	16.006,7	24.370,9	20.947,3	19.134,0	46.630,4	64.387,7	43.631,6	46.968,8	85.613,3	132.456,5	138.091,9	145.358,8
TOTAL	163.392,0	191.543,0	206.587,6	195.796,4	228.629,8	271.656,0	315.976,1	277.366,8	275.730,2	398.709,1	542.635,3	661.165,7	823.887,9

(*) antes de 2004, a ANCINE não pertencia à estrutura do Min. Cultura

Fonte: Siofi/Banco de Dados CIPSDCE

Assim, o PNPI está dividido em duas sistemáticas de operação distintas, embora complementares. Uma concentrada no processo de registro e que podemos chamar, de modo bem abrangente, demanda interna, e outra concentrada principalmente - mas não exclusivamente - no inventário, que, também de modo impreciso, podemos designar como interna. Essa última, por meio do edital de 2008, será apresentada e analisada agora, a primeira, através dos documentos de registro, será tratada mais à frente. Em 2008 o edital do PNPI apresentou sua 5ª versão, consolidando-se no âmbito das políticas culturais do sistema Minc e ocupando um papel de relevo também dentro da política de observatório de editais mantida pela Secretaria de Políticas Culturais, assim como alcançou grande legitimidade junto aos grupos e associações de artistas populares, sobretudo aqueles localizados nos rincões rurais das regiões Norte e Nordeste.

O edital de 2008 apresenta um minucioso quadro explicativo do programa e da sua política de edital. Vale destacar os dois primeiros objetivos inscritos no primeiro item do edital: “implementar a política de inventário, registro e salvaguarda de bens culturais de natureza imaterial; contribuir para a preservação da identidade e da diversidade étnica e cultural do país e para a disseminação de informações sobre o patrimônio cultural brasileiro a todos os segmentos da sociedade” (DPI|IPHAN). A partir de 2006 os editais do PNPI passaram a ser regulamentados pela resolução interna nº 1, de 03 de Agosto de 2006, que consistiu em estabelecer um maior controle de todo o processo de destinação de recursos e prestação de contas. O edital de 2008 está dividido nos seguintes itens: inscrição, requisitos, objetivos, habilitação e seleção. O edital prevê a liberação de um montante de R\$ 800 mil reais, um aumento de cerca de 30% em relação a 2007. Esse aumento, como a

tabela 11 evidencia, se situa em um movimento maior de dilatação da dotação orçamentária do IPHAN nos últimos anos, cujo crescimento foi de mais de 90% entre 2005 e 2007.

Figura 22. Capa do caderno de divulgação do Decreto nº 3.551/00 e também capa do 1º edital do PNPI em 2003.



Fonte: DPI|IPHAN.

O segundo eixo operacional do PNPI, o eixo do registro, isto é, de concessão do *título de Patrimônio Cultural do Brasil*, vem sendo acionado a partir das demandas de grupos de intelectuais e artistas encerrados em diversas organizações político-culturais, que realizam pressões e seus interesses políticos e simbólicos junto ao DPI|IPHAN. Com efeito, o processo de solicitação de pesquisa e registro é atravessado e constituído por uma série de grupos de pressão que formam um sistema multifacetado de interesses, que encerram em seu percurso (seja o pleito exitoso ou não) lutas encarniçadas. O êxito de um determinado pleito depende dos recursos simbólicos e políticos mobilizados.

Não basta o bem possuir uma riqueza material incomensurável (que invariavelmente se mede a partir da combinação entre a sua contribuição para a formação da *identidade* e do pertencimento nacional e o seu grau de “*originalidade*” e “*autenticidade*”), mas também possuir recursos políticos que potencialize essa riqueza, ou seja, que a torne ainda mais rica. Os recursos materiais e simbólicos produzidos por essas ações, que inspiram ações culturais no âmbito das organizações privadas, deixam antever que os grupos de

artistas e intelectuais buscam reter para si e para suas regiões (suas memórias e *identidades*) toda sorte de insumos (títulos, prêmios, selos, entre outros) que permitam a consecução de uma narrativa invariavelmente ligada à categorias como *tradição e "autenticidade"*.

Até dezembro de 2008 foram registrados 14 bens, os quais passaram a ostentar o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*. São eles: o ofício das paneleiras de Goiabeiras-ES; Arte Kusiwa – Pintura Corporal e Arte Gráfica Wajãpi; Círio de Nossa Senhora de Nazaré; Samba de Roda do Recôncavo Baiano; Modo de Fazer Vila-de-Cocho; Ofício das Baianas de Acarajé; Jongo no Sudeste; Cachoeira de Iauaretê - Lugar sagrado dos povos indígenas dos Rios Uaupés e Papuri; Feira de Caruaru; Frevo, Tambor de Crioula; Matrizes do Samba no Rio de Janeiro: Partido Alto, Samba de Terreiro e samba-enredo; Modo artesanal de Fazer Queijo de Minas, nas Regiões do Serro e das Serras da Canastra e do Salitre e Roda de Capoeira e ofício dos mestres de Capoeira. Desses, seis estão localizados na região Nordeste, quatro da região Sudeste, dois na região Norte e dois na região Centro-Oeste.

Figura 23. Mapa do patrimônio imaterial no Brasil



Fonte: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN.

Para compreender as lutas políticas e simbólicas travadas com vistas à obtenção do registro e, por conseguinte, do título de *Patrimônio Cultural do Brasil*, é preciso pontuar o impacto institucional do Decreto nº 3551|00, chamando atenção para as especificidades jurídicas deste último junto ao ordenamento jurídico que trata da cultura e ao processo de *constitucionalização da cultura* (MINC, 2006), assim como é necessário compreender as especificidades conceituais presentes na formulação e institucionalização do PNPI. Cecília Londres destaca que a imaterialidade e intangibilidade propostas no PNPI repousam nas práticas cotidianas que sedimentam memórias, acionadas em circunstâncias específicas e vivências que cristalizam, ao longo do tempo, fazeres, saberes, formas de expressão, ligadas a lugares e espaços definidos, todas reunidas no corpo e nas práticas corporais dos agentes coletivos (LONDRES, 2008). Essa formulação de Londres aproxima-se bastante das formulações do secretário executivo do Ministério da Cultura Alfredo Manervy transcritas no início deste capítulo. Ambas atestam como o PNPI possui uma formulação assaz sofisticada, mas que enseja algumas tensões operacionais.

O Decreto nº 3551|00, que institui o PNPI e o título correspondente, veio regulamentar o artigo 216 da Constituição Federal de 1988. Nesse artigo o patrimônio imaterial já está previsto da seguinte maneira. “Constituem o patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referências à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem”:

- I- as formas de expressão;
- II- os modos de criar, fazer e viver;
- III- as criações artísticas, científicas e tecnológicas;
- IV- as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às Manifestações artístico-culturais;
- V- os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, Arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Parágrafo 1. O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro por meio de registros, vigilâncias, tombamentos e desapropriações, e de outras formas de acautelamento e preservação.

O artigo 216 complementa o artigo 215, definindo os parâmetros jurídicos dos direitos culturais. No entanto, não estabelece os mecanismos jurídicos específicos de proteção dos usos econômicos e culturais dos bens agraciados com o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*. A maioria dos bens registrados diz respeito a formas de expressão, ficando, pois, seus conteúdos, como se verificou, por ocasião da arte figurativa do Alto do Moura, em Caruaru-PE, e das gravuras da literatura de cordel, suscetíveis a toda sorte de usos privados e públicos, sem a garantia de benefícios para os detentores e realizadores.

Se fizermos um cruzamento da lista dos 14 bens registrados no âmbito do PNPI até dezembro de 2008 com as cinco principais atividades artístico-culturais realizadas por cerca de 70% dos municípios brasileiros veremos que, com exceção da Arte Kusiwa e da Cachoeira de Iauaretê, os demais bens criam possibilidades, direta ou indiretamente, de integrar algum nicho específico de consumo simbólico. Alguns desses bens possuem uma materialidade (Painéis de Goiabeiras-ES e o bolinho de Acarajé) que supõe um complexo múltiplo de imaterialidades (saberes, fazeres e formas de expressão) que dinamizam o consumo cultural de determinados destinos turísticos, como as cidades litorâneas do Espírito Santo e da Bahia. As Painéis de Goiabeiras, com efeito, integram as atividades de artesanato de barro que são desenvolvidas em cerca de 21,5% dos municípios brasileiros, comercializados, vendidos e consumidos em uma das cinco atividades apresentadas pelo gráfico 15, feiras, concursos, exposições, festivais e outros. No entanto, a maioria dos bens registrados não possuem materialidade definida e, embora apresentem suportes materiais mínimos (como o berimbau, no caso da capoeira, o tambor, no caso do tambor de Crioula, e a sombrinha, no caso do frevo), o que está em jogo (e exatamente por isso foram objeto de registro) são os fazeres e os saberes, mas sobretudo as práticas performáticas.

Esses processos desafiam as recomendações e tentativas de proteção tributárias da publicação do Decreto nº 3552/00. No edital de 2008 do PNPI, por exemplo, uma das diretrizes e objetivas do programa consiste em assegurar os direitos de imagem, destacando que a propriedade intelectual coletiva deve ser reconhecida e defendida, além de garantidos os benefícios que os processos de salvaguarda pode gerar para os produtores e detentores dos bens culturais imateriais (PNPI, 2008). Essas lacunas e fragilidades jurídicas vêm ensejando, sobretudo no âmbito das instituições da administração cultural nordestina, um conjunto de discussões e sugestões de regulamentação jurídicas.

Nessa direção, foi realizado, em novembro de 2008, na cidade de Fortaleza, Ceará, o 1º *Seminário Internacional de Direito Autoral* realizado no Brasil, do qual participaram organizações transnacionais, como o Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento (PNUD) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). O principal objetivo do governo brasileiro apresentado nesse seminário foi conferir ao direito autoral o estatuto de política pública transversal a todas as políticas culturais do país (nos três níveis administrativos) e às políticas de desenvolvimento em âmbito nacional. As possibilidades de ganhos materiais advindos da propriedade intelectual coletiva no âmbito do *patrimônio cultural imaterial*, aliado ao interesse de valorização das *expressões e criações artísticas das culturas populares e tradicionais*, fizeram com que muitos estados brasileiros adotassem instrumentos jurídicos semelhantes ao Decreto nº 3551/00, que a partir de 2000 se tornou uma espécie de lei-modelo.

Dos 12 estados brasileiros que criaram legislações específicas acerca do *patrimônio cultural imaterial*, 07 estão localizados na região Nordeste, sendo que alguns foram pioneiros no país, como o Ceará, e outros, como Pernambuco e Bahia, desenvolveram leis bastante minuciosas e programas culturais específicos para ao *patrimônio cultural imaterial*. A tabela 10 busca esquadrihar a legislação acerca do *patrimônio cultural imaterial* entre os estados brasileiros que adotaram tais medidas jurídicas, apresentando a lei, as atribuições da mesma, o órgão gestor e as ações federais existentes no estado no âmbito do *patrimônio cultural imaterial*.

Tabela 9. Panorama da legislação estadual acerca do patrimônio cultural imaterial.

Estado	Lei	Atribuição	Órgão gestor	Ações advindas Da legislação Federal
Acre	Lei 1.294, de Setembro de 1999.	Tombamento de Bens Móveis e Imóveis.	Fundação Cultural Elias Mansour – Departamento de Patrimônio Cultural. 16º Superintendência Regional do IPHAN (COM Sub-regional em Rondônia)	Um Inventário e um projeto no âmbito do PNPI (2005 2006).
Alagoas	Lei 6.513, de Setembro de 2004.	Institui o Registro do Patrimônio Vivo do Estado de Alagoas (RPV-AL).	Secretaria da Cultura	Um Inventário.
Bahia	Lei 8.895, de Dezembro de 2003.	Registro Especial do Patrimônio Imaterial. Institui o Registro	Secretaria da Cultura Instituto do Patrimônio Artístico e Histórico (IPAC), 7º Superintendência	7 Inventários. 4 Registros (Samba de Roda do Recôncavo Baiano – inscrito no livro das Formas de

	Lei 8.899, de Dezembro de 2003. Decreto-Lei nº 9.101, de Maio de 2004.	dos Mestres dos Saberes e Fazer do Estado da Bahia. Regulamenta a Lei 8.889.	Regional do IPHAN.	Expressão -, Ofício das Baianas de Acarajé – inscrito no livro dos Fazeres -, Capoeira, inscrito no Livro das Formas de Expressão, em parceria com Pernambuco.
Ceará	Lei 13.351, de Agosto de 2003. Decreto nº 27.229, de Outubro de 2003. Lei 13.427, de Dezembro de 2003 Lei 13.842, de Novembro de 2006.	Registro de Pessoas (RMCTP-CE). Dispõe sobre o Registro dos Mestres da Cultura Tradicional e Popular do Estado do Ceará. Institui as formas de Registro dos Bens culturais de Natureza Imaterial que constituem o Patrimônio Cultural do Ceará. Institui o Registro dos Tesouros Vivos da Cultura do Estado do Ceará.	Secretaria da Cultura. 4º Superintendência Regional do IPHAN.	2 Projetos no âmbito do PNPI (2005 2006).
Distrito Federal	Lei 24.290, de Dezembro de 2003.	Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial.	Secretaria da Cultura – Diretoria de Patrimônio Histórico e Artístico. 15º Superintendência Regional do IPHAN.	Um projeto no âmbito do PNPI.
Espírito Santo	Lei 6.237, de Junho de 2000.	Registro de Bens de Natureza Imaterial.	Secretaria da Cultura e Esportes. 21º Superintendência Regional do IPHAN.	2 Inventários. 2 Registros (dois Planos de Salvaguarda de Bens registrados: dois títulos: Ofício das Panelleiras de Goiabeiras e Jongo no Sudeste.
Maranhão	Lei nº5.082, de 1990.	Tombamento de bens imóveis e proteção de bens móveis ou manifestação cultural.	Secretaria da Cultura do Estado. 3º Superintendência Regional do IPHAN.	4 inventários e 2 Registros (Tambor de Crioula do Maranhão – inscrito no livro das Formas de Expressão -, e Complexo Cultural do Bumba-meu-boi do Maranhão – inscrito no Livro das Formas de Expressão).
Minas Gerais	Decreto nº 42.505, de Abril de 2002.	Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial	Secretaria da Cultura Instituto Estadual do	7 Inventários. 2 Registros: Jongo no Sudeste (em

		ou Intangível e de pessoas.	Patrimônio Histórico e Artístico. 13º Superintendência Regional do IPHAN.	parceria com São Paulo, Espírito Santo e Rio de Janeiro, inscrito no Livro das formas de expressão) e Modo artesanal de Fazer Queijo de Minas (inscrito no Livro dos Saberes).
Pernambuco	<p>Lei nº 12.196, de Março de 2002.</p> <p>Decreto-Lei nº 27.503, de Dezembro de 2004. Estabelece a sistemática de execução do Registro do Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco.</p> <p>Decreto nº 27.733, de Março de 2005. Especifica a quantidade de Registros a serem realizados nos anos subsequentes.</p> <p>Decreto nº 27.753, de Março de 2005. Institui o Registro do Patrimônio Imaterial do Estado de Pernambuco (RPI-PE).</p>	Registro de Pessoas. Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco.	<p>Secretaria da Cultura. 5º Superintendência Regional do IPHAN.</p> <p>Secretaria da Cultura.</p> <p>Secretaria da Cultura.</p> <p>Secretaria da Cultura.</p>	<p>2 Inventários.</p> <p>4 Registros (Feira de Caruaru – inscrita no Livro dos Lugares -Frevo – inscrito no Livro das Formas de Expressão, Folia de Mamulengo – inscrito no livro das Formas de Expressão - e Capoeira - inscrito no livro das Formas de Expressão, em parceria com a Bahia. Um plano de Salvaguarda de bem registrado.</p>
Piauí	Lei 4.515, de Novembro de 1992.	Institui o Tombamento de bens imóveis e proteção de bens móveis ou manifestação cultural.	Secretaria de Educação e Cultura. 19º Superintendência Regional do IPHAN.	2 Projetos no âmbito do PNPI (2005 2006).
Paraíba	<p>Lei 7.694, de Dezembro de 2004.</p> <p>Decreto-Lei nº 26.065, de Julho de 2005.</p>	<p>Institui o Registro dos Mestres das Artes.</p> <p>Regulamenta a Lei nº 7.694, estabelece a sistemática de execução do Registro dos Mestres das Artes.</p>	Secretaria da Educação e da Cultura, 20º Superintendência Regional do IPHAN.	Um inventário.
Santa Catarina	Lei 2.504, de Setembro de 2004.	Registro dos Bens Culturais de	Fundação Catarinense de	Um projeto realizado no

		Natureza Imaterial ou Intangível e Registro de Pessoas.	Cultura, 11º Superintendência Regional do IPHAN.	âmbito do PNPI.
--	--	---	--	-----------------

Fonte: Cavalcanti e Fonseca. Tabela elaborada pelo autor.

Como se pode perceber, alguns estados brasileiros possuem um acervo específico de leis, decretos e decretos-leis acerca do *patrimônio cultural imaterial*, sendo que do total sete estados pertencem a região nordestina, desses os estados da Bahia, Ceará e Pernambuco construíram uma densa teia jurídica e operacional acerca do *patrimônio cultural imaterial*. A Bahia possui duas leis específicas e um decreto-lei, sendo que a Lei nº 8.899 vem sendo arregimentada dentro do *Programa de Desenvolvimento Territorial da Cultura*, que tem como meta principal realizar o inventário das *manifestações e expressões culturais* do Estado (SECULT|BA, 2008), além de possuir três registros realizados no âmbito do PNPI, o Ofício das Baianas de Acarajé, o Samba de Roda do Recôncavo e a Capoeira, essa última em parceria com o Estado de Pernambuco.

Segundo as diretrizes do *Programa de Desenvolvimento Territorial da Cultura*¹⁶⁶, o mesmo busca mapear, através da construção de sinergias institucionais entre os poderes municipais, estadual e federal, 26 territórios da cultura no Estado. Esses territórios, de acordo com as suas demandas locais, peculiaridades e potencialidades artístico-culturais (identificação das principais linguagens, dos grupos de artistas, entre outras), se tornariam territórios da *identidade*, cuja marca distintiva seria buscada e instilada pelos gestores do programa no âmbito dos municípios que conformam cada território. O programa possui quatro eixos temáticos: patrimônio material e imaterial; cultura e cidadania; economia da cultura e gestão cultural. Entre outros aspectos, o *Programa de Desenvolvimento Territorial da Cultura* é uma tentativa de disseminação dos novos marcos de justificação e elaboração das políticas culturais contemporâneas, buscando uma total capilarização desses marcos normativos entre os municípios baianos, reunidos em 26 territórios culturais.

Essa capilaridade busca, pois, mediante um trabalho teórico-discursivo, penetrar e sensibilizar as administrações municipais baianas para a função estratégica da cultura na contemporaneidade. Como se pode notar, os eixos de organização do programa devem sua existência ao desenho operacional do *repertório discursivo UNESCO* e das linhas de atuação

¹⁶⁶ www.secult.gov.ba

do Plano Nacional de Cultura (PNC). A Bahia é um dos estados que incorporou e, por conseguinte, implementou quase que de maneira simétrica o novo desenho político-institucional de gestão cultural pública sintetizado pelas figuras mencionadas. A partir de 2007, quando ascendeu ao governo do estado uma coalizão político-partidária¹⁶⁷ estreitamente aliada ao governo federal e que se constituiu em franca oposição, desde os anos noventa, ao ex-senador e ex-governador Antônio Carlos Magalhães, a Secretaria de Cultura do Estado adotou grande parte dos processos e ações acionados pelo Ministério da Cultura desde 2003.

O Estado do Ceará, por seu turno, mantém três leis específicas e um decreto. Desde 2003, a partir da vigência da Lei nº 13.427, a secretaria de Cultura do Estado mantém o *Programa Mestres de Arte*, assaz inspirado no projeto piloto da UNESCO em parceria com alguns países signatários e também inspirado na metodologia de pesquisa e coleta mobilizada pelo PNPI. O programa cearense consiste em criar mecanismos de apoio (bolsas de estudos, instrumentos, instalações, etc) para a transmissão das memórias artístico-culturais dos mestres de artes do Estado (cordelistas, aboiadores, cantadores, resadores, entre muitos outros), sobretudo aqueles ligados às formas de expressões espraiadas pelas áreas rurais do Estado.

O *Programa Mestres de Arte* é resultado, no âmbito institucional e operacional da Secult/Ceará, de um circuito político-discursivo que envolve outras secretarias de cultura da região Nordeste, e que consiste em conformar uma espécie de laboratório experimental de desenvolvimentos de técnicas de gestão para a administração cultural na região¹⁶⁸. Por exemplo, em 2006 Frederico Lustosa da Costa¹⁶⁹ apresentou, durante um evento nacional de estudos de Cultura¹⁷⁰, uma comunicação acerca de um programa cultural então em curso. Tratava-se do *Programa Interinstitucional de implementação da Bacia Cultural do Araripe*. Na comunicação o autor apresentou os elementos institucionais de implementação do programa, de avaliação, as perspectivas de resultado, os objetivos e as estratégias. Importa destacar o principal elemento do projeto àquela altura, sua justificativa.

¹⁶⁷ Nas eleições de 2006 a frente de oposição, formada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), o Partido da Mobilização Democrática Brasileira (PMDB) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), liderada pelo ex-deputado federal Jaques Wagner (PT), venceu as eleições no estado.

¹⁶⁸ Nesse aspecto destacam-se sobretudo os Estados do Ceará e Pernambuco.

¹⁶⁹ Assessor da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará e professor da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE), da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

¹⁷⁰ II Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), Salvador, Bahia, e 23 a 25 de maio de 2006.

O autor situa a justificativa de implementação do programa a partir da chave do *desenvolvimento regional*, consorciando o tema da sustentabilidade ambiental ao novo panorama relacional existente entre *cultura e desenvolvimento*. Dentro desse eixo geral, o mesmo procura deslocar o conceito de *bacia* (tributário dos estudos técnicos nas áreas da geografia, hidrologia e hidrografia¹⁷¹) hidrográfica para o domínio do simbólico, destacando que as formas de pertencimento e as experiências culturais se dão em meio às experiências comuns com a morfologia do espaço e os aspectos mais marcantes da fauna e da flora de determinadas regiões, que, assim, podem ser conceituadas e classificadas como *bacias culturais*. Segundo o autor, é esse exatamente o caso da Bacia Cultural do Araripe, que recebe esse nome devido à importância comercial, física e cultural da Chapada do Araripe, região limítrofe entre os estados nordestinos do Ceará, Paraíba, Pernambuco e Piauí. Segundo o autor, a combinação de aspectos físicos e simbólicos permite aos estudos de *desenvolvimento regional* fundir, à luz do planejamento público de longo prazo, essas duas dimensões. Mediante esse planejamento, aliado à soma de distintas sinergias institucionais, a *bacia cultural* seria um locus de potencialização de políticas de *desenvolvimento integrado*.

A discussão que envolve uma aproximação mais estreita entre o domínio do simbólico e o mundo físico-natural na operacionalização das políticas culturais, notadamente na região Nordeste, não se dá em um vácuo discursivo. Em 2005 a revista nº 32 do IPHAN trouxe como objeto temático a discussão envolvendo *patrimônio cultural imaterial e biodiversidade*¹⁷². O extenso volume, organizado por Manuela Cerneiro da Cunha, estabelece como elo de aproximação entre esses dois domínios uma moeda tenazmente valorizada e buscada em ambos: a *diversidade*. No caso do domínio físico-natural a alvissareira diversidade das espécies bio-vegetais, que marcam alguns biomas brasileiros, como o Cerrado, o Pantanal e a Amazônia; já no âmbito do domínio do simbólico, a tão propalada e buscada *diversidade* simbólico-cultural, cuja localização estaria, por assim dizer, em determinadas *bacias culturais* do país, como a *bacia cultural* do Araripe. Ademais, como assinalou Matelart antes, os documentos e convenções da UNESCO também

¹⁷¹ Largamente praticadas no sertão nordestino a partir das comissões técnicas e dos grupos de estudos ligados a SUDENE.

¹⁷² *Patrimônio Imaterial e biodiversidade*, Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), nº 32, 2005.

aproximaram bastante esses dois domínios, considerando-os imprescindíveis para a sobrevivência da espécie humana (MATTELART, 2005).

O planejamento regional se caracteriza pela sua base territorial, que pode ser definida a partir de bacias hidrográficas, características edafo-climáticas, vocações econômicas, de integração e identidades culturais. A noção de cultura inclui obrigatoriamente, elementos de natureza tanto geográfico-ambiental, quanto sócio-econômica, já que cultura, sociedade e meio-ambiente são componentes da realidade absolutamente inseparáveis. Assim, a bacia cultural pode ser definida como um território que se configura em torno de um mesmo fluxo cultural, nutrido por fontes culturais diversas, que se fundem e se desdobram numa rede relacional de influências e confluências, para formar, em sua diferença e a partir de um imaginário, um espaço original. (BARROSO, 2006, apud COSTA)

As inovações gerenciais e institucionais das políticas culturais públicas contemporâneas, sobretudo àquelas destinadas ao que se nomeia de *cultura tradicional e popular* (UNESCO, 2003), demonstram o advento incontestado de uma nova racionalidade técnico-administrativa, cujos efeitos práticos corroboram para se plasmar determinadas *configurações* (ELIAS, 1993). Parte dessa racionalidade se expressa no levantamento de materiais iconográficos (fotografias, vídeos, arquivos sonoros, entre outros) acerca do *patrimônio cultural imaterial* das regiões brasileiras. Também Inspirados nas duas vertentes operacionais do PNPI, muitas secretarias municipais de cultura, além de universidades, fundações e organizações não-governamentais (ONGs), têm realizados grandes inventários acerca dos saberes, dos fazeres, das celebrações e dos lugares. A maioria dessas pesquisas busca compilar informações que invariavelmente são utilizadas de várias maneiras. Nas cidades cujo turismo comparece como um vetor de desenvolvimento regional, elas são lançadas nas peças publicitárias das Prefeituras Municipais, nas cidades onde as informações serviram para sistematizar dados acerca de um determinado bem, os grupos e organizações passam a pleitear, junto ao Ministério da Cultura, o *título de Patrimônio Cultural do Brasil*.

3.2.3 O registro da Feira de Caruaru: a formação de um título de distinção

O mais significativo acerca dessas inovações gerenciais e, sobretudo, do alinhamento dos estados nordestinos com a legislação federal acerca do *patrimônio cultural imaterial* diz respeito ao Estado de Pernambuco. O Estado possui uma lei e três

decretos-lei, sendo que a lei nº 12.196, de 2002, registrou o gravurista, cordelista e poeta J. Borges como *Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco*. O Estado possui ainda três registros realizados no âmbito do PNPI, a capoeira, em parceria com o Estado da Bahia, o Frevo e a Feira de Caruaru.

O pedido de registro da Feira de Caruaru foi entregue ao IPHAN pela Prefeitura Municipal de Caruaru, em 2004, quando se iniciou o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) no local. O dossiê entregue pela Superintendência Regional de Pernambuco, sediada em Recife, é um dos mais extensos já realizados junto ao DPI. A Feira de Caruaru foi registrada no Livro de Registro dos Lugares, para mercados feiras, santuários, onde são concentradas e reproduzidas práticas culturais coletivas. No entanto, toda as justificativas de registro realizadas pelos técnicos regionais do IPHAN e pelos intelectuais e agentes culturais locais foi realizada no sentido de apresentar a feira como uma síntese acabada dos quatro livros de registro.

O parecer final acerca do processo de registro da Feira de Caruaru reputa àquele espaço um valor simbólico e imaterial bastante distintivo, cujo núcleo dessa valorização repousa precisamente no caráter de síntese apresentado pelo espaço da feira, que, embora tenha sido registrado no Livro dos Lugares, abriga as demais condições exigidas pelos outros livros de registro: os saberes, onde estão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades (onde o dado mais evidente é a produção da arte figurativa local, produzida no bairro do Alto do Moura e largamente comercializada na feira); as celebrações, onde serão inscritos rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade e do entretenimento (no caso da feira, o dado mais evidente acerca desse aspecto é a própria importância dos festejos juninos no cotidiano da cidade, que inscreve a cidade na estrutura do entretenimento-turismo nacional, e traz para o cotidiano da feira as bandas de pífano, os repentistas e os trios de *forró|baião*) e, por fim, as formas de expressão, onde serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas (nesse caso, salta aos olhos no cotidiano da feira a literatura de cordel, tanto em seu aspecto cantado e musicado, quanto no que toca as gravuras que marcam as capas dos folhetos de cordel). As palavras da diretora do DPI|IPHAN dão a medida desse caráter de síntese atribuído a Feira de Caruaru: “a feira como um lugar que abriga tudo isso e que reverbera como referência para além da cidade, do estado e da região onde está” (Márcia Sant ‘Anna, 2007).

Figura 24. Detalhe de arte figurativa do Alto do Moura, retratando uma banda de pífanos. Exemplo de uma barraca de artesanato e arte figurativa da Feira de Caruaru.



Fonte: DPI|IPHAN

Na abertura do editorial da revista *Na poltrona*¹⁷³, da empresa de transportes *Itapemirim*, de junho de 2007, lê-se: “agora, além da grande e notória riqueza cultural, Caruaru é considerada *Patrimônio da Cultural do Brasil*”. A revista *Na poltrona* é uma publicação da empresa *Itapemirim* (maior empresa de transporte rodoviário de passageiros do país), distribuída entre os passageiros da companhia. Desde os anos setenta a *Itapemirim*, criada nos anos quarenta no Estado do Espírito Santo, mantém rotas diárias de Caruaru para os principais centros urbanos do país, principalmente o eixo Rio de Janeiro-São Paulo, consolidando uma liderança de mais de trinta anos. A revista *Na poltrona* foi criada nos anos noventa com vistas a divulgar as cidades e regiões por onde a empresa mantém rotas. Muitas dessas cidades, como Fortaleza, Recife, Salvador e Caruaru, são objetos recorrentes das reportagens e matérias da revista. Na edição de junho de 1999 lia-se:

Para os pernambucanos, ela é a “Princesa do Agreste”. Mas seus moradores preferem lembrá-la como a “Terra de Vitalino”, o ceramista que imortalizou no barro os tipos populares do Nordeste, como o cangaceiro, o vaqueiro, o tocador de pífano ou o zabumbeiro. Mas para as 500 mil pessoas que a visitam no mês de junho, Caruaru é mesmo a capital do forró. Desde o dia 29 de maio que a cidade virou uma grande quermesse, suas ruas são um folguedo só, e o som do forró pé

¹⁷³ Revista de publicação mensal, que circula nos ônibus da empresa desde os anos noventa.

de serra faz levantar a poeira no meio do arrastapé (...) Se você está no Nordeste ou com viagem marcada para a região é bom dar uma esticadinha e aproveitar os festejos juninos de Caruaru. Eles até lembram o carnaval de Recife e Olinda, de tão animados. Mas o que se ouve em Caruaru é o baião, xaxado e o forró. A festa tem proporções gigantescas e os caruaruenses se orgulham da maior fogueira do mundo, a maior pamonha, o maior pé de moleque e até o maior cuscuz do mundo. A cidade já até se mobiliza para ingressar no livro Guinness dos Recordes, diante de tanta proeza. A proeza maior, no entanto, é segurar o forró e a animação o ano inteiro. Além disso, a festa de Caruaru tem outras atrações, como a orquestra sinfônica (dia 06), o encontro nacional de baloeiros e fogueteiros (dia 12), o encontro de sanfoneiros (dia 18) e até a caminha da do forró, no dia 13, quando os sanfoneiros, zabumbeiros e forrozeiros percorrem nove quilômetros do Pátio do Forró até o Alto do Moura, onde moram os discípulos do Mestre Vitalino. A festa só se encerra no dia 29, com a queima da maior fogueira junina do mundo, com dez metros de altura. Uma viagem divertida e musical é pegar o trem do forró no Recife, para chegar a festa da cidade. Os trem tem seis vagões de passageiros, e vários trios buscam manter os turistas no clima da festa. A diversão é garantida por todo o agreste pernambucano (*Na poltrona*, junho de 1999, apud Farias, p. 320).

A festa de Caruaru, como a transcrição procura demonstrar, é um evento inscrito na estrutura do entretenimento-turismo no Brasil, configurando-se como uma festa-espetáculo de proporção nacional. No entanto, como a transcrição acima busca condensar, o dado que singulariza sua festa, que a individualiza perante os demais circuitos (carnaval de Salvador, Recife, Olinda e Rio de Janeiro, assim como as demais festas populares do país) de estruturação do entretenimento-turismo no Brasil é o apreço conferido a categorias valorativas como *tradição e “autenticidade”*, cujo valor é construído e potencializado no cotidiano da festa, sobretudo por meio da montagem de espaços cênicos e coreográficos que o tempo todo busca deslocar a experiência de fruição e volição dos festejos juninos para um passado mítico, perdido e “imaculado”. A construção dessa narrativa, que busca fazer do espaço da festa uma espécie de matéria-prima sonora e gustativa onde pulsa o torrão mítico do *sertão*, passa pelos interesses dos agentes culturais envolvidos na realização do evento-espetáculo, como, por exemplo, a Secretaria de Cultura e Turismo de Caruaru. No cartaz de lançamento da festa de 1998, feito pela Fundação de Cultura da Cidade, lia-se:

As origens do São João de Caruaru estão intrinsecamente ligadas ao contexto regional de festejos populares. O que o diferencia das demais festas do gênero é exatamente a forma peculiar como é vivenciado: a participação espontânea da população que lhe confere ares de genuinidade e autenticidade. Revendo a história da cidade, encontramos velhas tradições, heranças de tempos remotos – preservados, aculturados, na festa mais tradicional da região (Fundação Cultural de Caruaru, 1998, apud Faria, p. 328).

Não foi a festa de Caruaru que foi objeto de registro no âmbito do PNPI e, por conseguinte, premiada com o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*, mas é como se fosse. Na edição de junho de 2007 a revista *Na poltrona* já maneja e utiliza o título para promover a festa e, por conseguinte, sua rota de transporte, a final Caruaru é um dos destinos mais presentes no fluxo de passageiros da empresa. Esse pequeno exemplo exige uma indagação: com que intensidade e de que maneira determinados agentes culturais, como a Secretaria de Cultura de Pernambuco e a Secretaria de Cultura de Caruaru, além das Secretarias de Turismo do Estado e do município, agências publicitárias, hotéis, restaurantes e demais atores, vêm manejando e utilizando esse novo signo de prestígio da cidade, o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*, diante do valor social atribuído à tradição que marca e caracteriza o maior evento da cidade, a festa de São João?

Para desvelar o horizonte de interesses e os mecanismos envolvidos nos usos do título conferido pelo IPHAN é necessário entender as aproximações e os intercâmbios realizados entre a feira e a festa de Caruaru, ou seja, a maneira como ambas aparecem fundidas nos discursos dos agentes culturais institucionais, que buscam, a todo o momento, reservar para Caruaru uma espécie de lugar sagrado de celebração das criações artísticas populares. Um bom exemplo para se perceber a fusão dos horizontes de significados entre a feira e a festa vem dos investimentos simbólicos e materiais presentes nos espaços arquitetônicos dos festejos juninos.

Os festejos juninos de Caruaru se concentram no Pátio de Eventos, que abriga os principais equipamentos culturais da cidade. Situado no centro da Cidade o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga é um complexo urbano inaugurado em 1994, com cerca de 41 mil metros quadrados, onde estão concentrados a Fundação de Cultura da Cidade, a Secretaria Municipal de Turismo, o Museu do Barro, o Museu do Forró, um pavilhão de exposições, o grande palco de *shows* e a Vila do Forró. Essa última é constituída de um conjunto de edifícios cenográficos que reproduzem uma antiga vila sertaneja, a Vila da Conceição, que teria dado origem à cidade. A vila é ocupada também por bares e restaurantes, todos com decorações juninas, que servem a comida típica do *sertão* nordestino: feijão de corda, manteiga derretida em garrafa, assado de bode, cozido de bode, além da aguardente de cana. Há na vila ainda uma capela e o espaço promocional destinado aos anunciantes e patrocinadores da festa.

A vila é marcada por uma racionalidade cênica que busca recriar os espaços rurais, considerados os mais “autênticos” e “genuínos”, das pequenas vilas sertanejas, ao mesmo tempo em que busca trazer para o interior dos festejos e, portanto, para o íntimo das experiências de fruição das danças, cores, sons e comidas, os processos criativos dos ceramistas do Alto do Moura, os cantadores e repentistas da feira, assim como os gravuristas e vendedores da literatura de cordel, além dos trios de forro (chamados trios pé-de-serra) e as bandas de pifanos. Esse complexo de *saberes, fazeres, manifestações e expressões* movimenta uma racionalidade discursiva que consiste em reputar à *tradição e à “autenticidade”* os móveis de dinamização e *distinção* dos festejos em Caruaru. Essa dimensão fica clara na fala do diretor da Divisão de Museografia da Fundação de Cultura de Caruaru, Valmeri Dimerson Porto.

Eu me refiro ao autêntico quando você faz da maneira mais espontânea possível. Eu acho que é essa a nossa diferença, eu não quero dizer que Caruaru é o único pólo de cultura popular do Brasil. Mas é líquido: a gente percebe a forma como a nossa cidade é olhada por outras pessoas. Nós temos de fato essa característica, o poder público não impõe. É uma cultura popular que existe. A feira ainda é o grande celeiro, apesar das descaracterizações, das inovações que o progresso impôs. Eu considero que a feira continua como um grande celeiro de arte, cultura e entretenimento. Ela foi invadida em alguns aspectos mas ela tem muito o que resguardar e oferecer. Eu creio que você já viu e vai ver, durante o São João, o quanto a população se envolve, que é o nosso maior evento, e você terá uma panorâmica geral do que seria essa nossa cultura. Então a grande diferença é isso: espontaneidade. Por exemplo, as quadrilhas estilizadas, que existem aqui também, mas o nosso forte é cultivar as quadrilhas matutas tradicionais. Assim Recife é caracterizada pelas quadrilhas estilizadas, como o boi do Maranhão é caracterizado pelo luxo. O nosso não: é o popular mesmo. A nossa quadrilha é a matuta mesmo, o mais próximo de como era há cinquenta ou sessenta anos. Tradição é o que se reverencia, o que se cultua como identidade de um povo. A nossa tradição é essa mesma; a nossa formação é essa. A cidade surgiu de uma fazenda de gado; é uma tradição rural mesmo. É uma origem simples em torno daquele cotidiano e foi se juntando formas de vida, de lazer, formas de fenômenos culturais. Criaram tradições foram aculturadas, na linguagem que aquele povo conhecia. Então é cultivar isso aí. A tradição estaria nisso, é você reverenciar esses antigos costumes (PORTO, apud FARIAS, p. 333).

A fala de Valmeri é emblemática, ela pode ser apreendida como um índice que desvela uma regularidade: os processos de modernização das infra-estruturas urbanas turísticas marcadas pela necessidade de representação e recriação dos lugares e espaços considerados “*genuínos e tradicionais*”. Esse processo não se restringe a Caruaru, eles aparecem de maneira bastante recorrente em outras cidades que celebram os festejos juninos (como Caruaru-PB, e Senhor do Bonfim-BA), que tem acionado processos de modernização dos seus espaços de diversão e lazer, cuja finalidade última é intensificar o fluxo turístico

motivado pelo entretenimento, mas um entretenimento marcado pelo traço da “autenticidade” e da *tradição*.

Esses processos de modernização carregam o imperativo de se conjugar na montagem das festas-espetáculo de São João os recursos tecnológicos mais sofisticados com os hábitos rurais considerados mais arcaicos. Assim, são mobilizados recursos cênicos e arquitetônicos para se recriar reminiscências perdidas, que portam as “*raízes*” mais “*autênticas*”, tradicionais e “*verdadeiras*” da identidade sertanejo-nordestina. A rigor, esses processos estão marcados por eventos de teatralização da identidade e do pertencimento, fazendo parte de um processo assaz complexo que movimenta diversos segmentos e agentes “tradicionalizadores” (cenógrafos, professores, artistas, pesquisadores, atores, jornalistas e técnicos em geral), sem os quais essa verdadeira economia do lúdico não seria possível. Vejamos.

Diz o texto de apresentação da festa junina de Caruaru presente em uma das revistas de maior circulação no país¹⁷⁴: “a riqueza cultural de Caruaru estará inda mais evidente entre 31 de maio e 28 de Junho, período oficial dos festejos da cidade que promove o maior e melhor São João do mundo. Durante o mês inteiro haverá *shows*, apresentação de grupos folclóricos, mamulengos, bacamarteiros, bandas de pífanos, aboiadores, coquistas, recital, repentistas, trios pé-de-serra, festival de quadrilhas, mostras de arte popular, entre muitos outros atrativos. Durante todo mês de junho, subirão ao palco artistas como Santana, Petrucio Amorim, Geraldinho Lins, Nando Cordel, Quinteto Violado, Jorge de Altino, Dominginhos, entre tantos outros que representam o cancionário do forró”. O texto segue exaltando a *tradição* e a *diversidade cultural* da cidade e sua festa, destacando, como uma das atrações mais procuradas, o *Trem do Forró*, que sai do Marco Zero, em Recife, capital pernambucana, em direção à cidade de Cabo de Santo Agostinho, localizada a 52 KM da capital. A viagem do trem dura cerca de seis horas, regada a muita comida típica e a diversas bandas de *forró|baião* espalhadas pelos vagões do trem.

O percurso do *Trem do Forró* está inserido na *Rota Luiz Gonzaga*, um dos trechos que, segundo a Secretaria de Turismo de Pernambuco, compõe as zonas turísticas do Estado, que abarca cidade sertanejas como Gravatá, Bezerros, a própria Caruaru, Brejo de Madre de Deus, entre outras. A *Rota Luiz Gonzaga* é bem próxima a *Rota do Cangaço*, que é composta por cidades como Exu (terra natal de Luiz Gonzaga), Serra Talhada (terra natal

¹⁷⁴ Revista *Veja*, 12 de Maio de 2007.

de Lampião), Triunfo, entre outras. Ambas as rotas fazem parte dos programas e das ações voltadas para o turismo sertanejo no Nordeste e, de um modo geral, estão inscritas no panorama de gestão e incentivo ao turismo rural e cultural no Brasil (EMBRATUR, 2008).

Campina Grande, na Paraíba, fornece mais ossatura ao argumento que está se construindo aqui. Segundo a Secretaria de Turismo de Campina Grande, em 2004, os festejos contaram com mais de 1,2 milhão de pessoas, que movimentaram cerca de 16 milhões de reais, em aproximadamente 50 setores da economia local. No início de junho de 2008 lia-se no sítio¹⁷⁵ da empresa brasileira de turismo (EMBRATUR): “Em Campina Grande, cidade com fama de organizar o maior São João do Mundo, cerca de 100 mil pessoas devem acompanhar a abertura do 25º arraiá. A Orquestra Sinfônica da Paraíba será a responsável por embalar os primeiros passos de dança no palco principal do Parque do Povo, no centro da cidade. Em Campina Grande o São João deve receber mais de 1,5 milhão de pessoas durante todo mês de junho. A festa desse ano será em homenagem ao músico e compositor paraibano Severino Dias de Oliveira, o Sivuca, que morreu no dia 14 de Dezembro de 2006”. Os números do maior São João do mundo são de proporções monumentais. A festa é realizada em uma área de quase 43 mil metros quadrados, com mais de 500 atrações programadas, 700 horas de forró, mais de 300 quadrilhas, grupos folclóricos e 160 trios de forró. Além do Parque do Povo, a prefeitura vai inaugurar o Centro de Artes e Cultura do Nordeste, instalado no Parque do Açude Novo”. A cantora pernambucana Inês Caetano de Oliveira, a Marines, que morreu dia 14 de maio de 2007, será homenageada durante o evento de inauguração” (EMBRATUR, 2008).

Já no sítio da prefeitura de Campina Grande¹⁷⁶ lia-se o seguinte trecho, que destacava, entre outros aspectos, o *Trem do Forró*: “o *Trem do Forró* faz o percurso entre a Estação Velha de Campina Grande e o Distrito de Galante, em oito vagões, onde os passageiros podem apreciar uma rica paisagem bucólica, onde floresce a vegetação típica da região do semi-árido nordestino (...) O trem passa também nas imediações do Parque do Povo, onde existe uma área muito procurada, que é o Sítio de São João, que nada mais é do que uma réplica perfeita de uma vila sertanejo do interior do Estado. No local, o turista tem a chance de fazer uma viagem bucólica a um aglomerado de natureza rural, e conhecer fortes elementos que transpõem seus visitantes à década de 40, época em que alguns costumes ainda não haviam sofrido a influência da tecnologia”.

¹⁷⁵ www.embratur.gov.br

¹⁷⁶ www.guiacampina.gov.br

Em um dos maiores sítio de consultoria empresarial, mantido pelo jornal *Gazeta Mercantil*, aparece o seguinte texto: “O mês de junho traz consigo as tradicionais festas juninas. No Nordeste elas são consideradas tão importantes quanto o carnaval. Por esse motivo, companhias começam a migrar parte de suas verbas de *marketing* com o objetivo de aumentar a participação de suas marcas num mercado cada vez mais atraente. A *Gillette*, da *Procter e Gamble*, por exemplo, está aumentando os investimentos na região, onde a companhia no segmento de descartáveis com destaques para as marcas *Probak* e *Prestobarba Ultra Grip*. A região está no foco da companhia com campanhas e ações de *marketing* feitas especialmente para o Nordeste. Já para o *bom bom Sonho de Valsa* a marca montou em Caruaru, PE, o “arraiá do sonho”. Essas ações são fundamentais para o fortalecimento das marcas na Região”.

Duas outras marcas empresariais atuaram também de maneira significativa. A *Petrobrás*, por exemplo, atuou nos principais pólos dos festejos juninos sertanejo-nordestinos, celebrando convênio de apoio (patrocínio e doações) também a médios e pequenos municípios da região que começam a alcançar um patamar maior durante os festejos. No final do mês de maio de 2008 a Secretaria de Turismo da Bahia (SETUR-BA) lançou o sítio oficial¹⁷⁷ dos festejos juninos do Estado. A princípio parece uma ação convencional de gestão e publicidade governamental. Não obstante, trata-se de uma ação de grande relevo dentro da arquitetura institucional da Setur-Ba e do governo baiano. O sítio traz um volume minucioso de informações turísticas (hotéis, pacotes, estradas, atrações, agendas, roteiros, imagens, vídeos, entre outros) sobre todos os municípios baianos que celebram a festa, com destaque para aqueles localizados nas regiões Norte e Nordeste do estado, como o município de Senhor do Bonfim, localizado a cerca de 380 KM de Salvador.

Chama atenção no sítio o volume de imagens e os termos de classificação e adaptação à linguagem virtual e os dispositivos criados pela tecnologia digital, como o link *forró-blog*. O peso atribuído ao ciclo de festas juninas no estado decorre de uma compreensão geral do significado da *cultura popular* para a atual gestão à frente da Secretaria de Turismo da Bahia e da Secretaria de Cultura e, portanto, do governo baiano. Segundo os relatórios dos dois órgãos¹⁷⁸, o São João representa, por um lado, a interiorização das políticas turísticas e culturais no estado, por outro, o início de um processo que busca

¹⁷⁷ www.saojoaodabahia.com.br

¹⁷⁸ *Balanço das Ações da Secult e Setur 2008*, Salvador –Ba.

consolidar as regiões Norte e Nordeste do estado como um destino turístico. Para tanto, os festejos juninos representam uma possibilidade incontestável, uma vez que diversos municípios do estado celebram os festejos juninos há muito tempo. Nesses termos, a julgar pelos investimentos institucionais e financeiros, e como sustenta o sítio supracitado, o governo do estado pretende dar forma e dinamismo ao maior São João do Nordeste, o São João da Bahia, que possui o maior número de municípios envolvidos na festa.

Esse desiderato, assim como para os Estados de Pernambuco e da Paraíba, decorre de uma racionalidade maior que busca sedimentar nesses estados o turismo rural-sertanejo. Na Bahia, estado que possui o maior PIB (Produto Interno Bruto) da região Nordeste, cerca de 36%, maior costa litorânea do país e terceiro destino turístico, a gestão do turismo busca fomentar uma zona de visitação e lazer denominada de *caminhos do sertão*, cuja operacionalização passa pelo produto turístico *São João da Bahia*, uma espécie de marca institucional capaz de atrair outras marcas privadas e públicas, como as marcas corporativas citadas antes.

Um dos municípios mais decisivos para o êxito do produto *São João da Bahia* é Senhor do Bonfim. Naquele município do norte baiano as festas juninas representam o evento máximo da vida da cidade. Os festejos são comemorados desde o início do século XX, no entanto, a partir dos anos oitenta o evento passou a contar com um calendário definido, com uma extensa programação e um número cada vez maior de turistas vindos de outras regiões do estado, sobretudo da capital, Salvador. Nos anos noventa, o evento passou a atrair diversas marcas empresariais e cada vez mais a atenção dos gestores municipais. Durante esse período, cresceu significativamente um evento paralelo à festa: a corrida e, também bastante arriscada, guerra de espadas. Trata-se de uma competição entre grupos e indivíduos que manejam e trocam espadas entre si. As espadas são feitas à base de bambu (que varia de 20 a 50 CM), no qual são adicionados pólvora e outros materiais inflamáveis. Em contato com o fogo e o ar, a pólvora queima com grande intensidade dentro do bambu, criando o efeito de uma espada de fogo. O evento, que ocorre na noite do dia 23 de junho, é marcado por grande expectativa e apreensão, pois propicia um grande espetáculo de luzes e sons, mas também costuma causar diversos acidentes, a maioria decorrente de queimaduras e intoxicações.

Durante os anos noventa o São João bonfinense incorporou uma programação bastante diversificada e um público cada vez maior de jovens estudantes universitários, tanto os que

estudam e moram em outros municípios próximos, como Juazeiro e Petrolina, PE, quanto àqueles que realizam seus estudos e moram em Salvador, mas também aqueles que moram em outras capitais nordestinas, como Aracaju, SE, e Maceió, AL. A maioria são filhos de famílias residentes na região norte da Bahia, na qual Senhor de Bonfim é um pólo econômico bastante significativo, atuando como uma espécie de cidade satélite que atrai diversos municípios, como Filadélfia, Ponto Novo, Jaguarari, Campo Formoso, Antônio Gonçalves, Itiúba, Andorinha, Caldeirão Grande, entre outros.

O público que dinamizou os festejos durante os anos noventa passou a demandar, por um lado, a incorporação de artistas e bandas que compunham o espectro do forró nacional, como *Magníficos*, *Mastruz com Leite*, entre outros, mas também nomes considerados mais ligados ao panteão tradicional do *forró|baião*, como Elba Ramalho e Dominginhos e também grupos contemporâneos que buscavam novas linguagens e sintetizavam novas melodias, como o grupo de forró *Fala Mansa*. Esse último formado por jovens estudantes universitários paulistas filhos de imigrantes nordestinos. Esses grupos musicais, músicos e intérpretes passaram a fazer parte de clivagens distintas dentro do *forró|baião*, como, por exemplo, o *forro eletrônico* (os primeiros grupos citados), *forró “autêntico”* (os cantores e ritmistas diretamente ligados ao legado de Luiz Gonzaga) e as fusões e experimentações, como o *forró universitário*, representado por grupos como *fala mansa*.

Não só em Senhor do Bonfim, mas também nos outros dois pólos citados, Caruaru e Campina Grande, além dos demais municípios que fazem parte da extensa teia de cidades que realizam as festas juninas, existem todas essas clivagens. No entanto, a totalidade essas divisões reverenciam e cultuam a matriz fundadora, ou seja, o *baião* criado por Luiz Gonzaga. É segundo essa fonte que a tematização das festas é criada, que os nomes são evocados, que as próprias divisões se estabelecem, em síntese, que a própria experiência lúdico-musical é dirigida. Por exemplo, Senhor do Bonfim há muito tempo reivindica para si o título (difícil de sustentar diante de concorrentes poderosos, situados mais ao sul do estado, como Amargosa e Cruz das Almas) de capital baiana do forró.

A reivindicação desse título decorre de três aspectos que marcam a narrativa de pertencimento na cidade. Primeiro, durante os anos setenta e oitenta, Luiz Gonzaga, o Gonzagão, como se diz na cidade, não deixava de visitar a cidade durante o São João; segundo, a cidade produziu muitos trios de forró e sanfoneiros virtuosos, como Eliziário e Mundinho; terceiro, a cidade fica cravada no coração da região mais árida do estado (o

Polígono da Diamantina), onde predomina a caatinga. Esses três aspectos engendrou uma narrativa de pertencimento interpenetrada por espaço e música. Nos últimos anos a prefeitura (que desde 2000 é governada pelo Partido dos Trabalhadores, também à frente, desde 2007, do governo do estado) tem destinado grandes recursos para atrair turistas no sentido de buscar a manutenção e consolidação do título de capital baiana do forró. Para tanto, realizou diversos convênios de apoio com empresas estatais (com o Banco do Brasil e a Petrobrás, que destinaram cerca de R\$ 150 mil reais para o evento) e lançou como tema do São João de 2008 a seguinte campanha: *a capital baiana do forró tem xote, xaxado e baião no São João do Gonzagão*.

Figura 25. Cartaz promocional dos festejos juninos em Senhor do Bonfim – BA.



Fonte: Prefeitura Municipal de Senhor do Bonfim.

Como se pode deprender, Senhor do Bonfim não faz outra coisa senão dispor e fazer uso sistemático da tradição, e ao fazê-lo aciona novos processos de tradicionalização e

retradicionalização (FARIAS, 2004). O caso de Caruaru talvez seja ainda mais significativo, pois o sistema de usos da tradição que ali é acionado é mais impactante, complexo e diferenciado. Como foi mencionado antes, a empresa de transporte rodoviário destaca na sua publicação mensal (*Na poltrona*) o novo título recebido pela cidade, o título de *Patrimônio Cultural do Brasil* conferido a Feira de Caruaru, mas não é só essa. Agências de turismo do estado fazem o mesmo, hotéis e restaurantes não agem diferente, empresas e marcas corporativas vão na mesma direção e o poder público municipal gerencia e potencializa esses usos.

Os três exemplos destacados lançam mão de toda sorte de recursos materiais e simbólicos para recriar ambientes lúdico-artísticos capazes de evocar e visibilizar a totalidade das tradições sertanejas. Pelo volume de recursos simbólicos e materiais empregados para tanto, além dos investimentos políticos e discursivos, fica patente que há uma disputa, concentrada principalmente entre Caruaru e Campina Grande, municípios quase vizinhos, de estados vizinhos, cuja moeda central das lutas é o valor conferido à categoria de *tradição* e seu acervo semântico, como “*autenticidade*”, “*espontaneidade*” e *criatividade*. O que está em jogo, a partir do ciclo de festejos juninos, é a capacidade de realizar uma festa que seja, simultaneamente, moderna do ponto de vista da infra-estrutura turística e guarde em seu interior todas as reminiscências necessárias à manutenção e atualização da definição legítima de região, de sua *tradição* e *identidade*. Esse desafio enseja verdadeiras guerras simbólicas.

Como se disse, essas disputas não se restringem a Caruaru e Campina Grande. Ali elas são mais encarniçadas e ganham proporções maiores, pois a luta pela definição da grandeza da “*autenticidade*” e pela busca do “*genuíno*” mobiliza com maior intensidade os *tradutores da tradição* (HALL, 1997), ou seja, os grupos de intelectuais e artistas responsáveis pela elaboração dos repertórios temáticos das festas, pela decoração dos espaços, pela atualização das estratégias discursivas, enfim, pela construção da legitimidade de voz e espaço autorizado para se falar da região e sua *tradição*. Buscando compreender os critérios e princípios que presidem as lutas pela divisão e definição das regiões no interior dos Estados-nacionais, Bourdieu destaca:

Em resumo, o mercado de bens simbólicos tem as suas leis, que não são as da comunicação universal entre sujeitos universais; a tendência para a partilha indefinida das nações que impressionou todos os observadores compreende-se se vir que, na lógica propriamente simbólica da distinção – em que existir não é ser

somente diferente mas também ser reconhecido legitimamente diferente e em que, por outras palavras, a existência real da identidade supõe a possibilidade real, juridicamente e politicamente garantida, de afirmar oficialmente a diferença – qualquer unificação, que assimile aquilo que é diferente, encerra o princípio da dominação de uma identidade sobre a outra, da negação de uma identidade por outra (BOURDIEU, 2004, p. 129).

As disputas pela definição legítima sobre qual das cidades realiza a festa mais “*genuína*”, *tradicional e regional*, e ao mesmo tempo mais grandiosa e moderna, exige que essas lutas pela acumulação de *capital simbólico e cultural* se atualizem em face da emergência de novos repertórios discursivos, como aqueles problematizados no capítulo anterior. Com efeito, muitas dessas atualizações, como o alinhamento ao apelo global pela defesa e promoção da *diversidade*, acentuam a construção social do estatuto da “*pureza*” e da “*autenticidade*”, que vê o *sertão*, como se viu no primeiro capítulo deste trabalho, como um dos reservatórios últimos de defesa e manutenção da *identidade nacional* diante das ameaças de homogeneização da *globalização cultural*. Transitando nessa senda, Oliven assinala:

A afirmação de identidades regionais no Brasil pode ser encarada como uma reação a uma homogeneização cultural e como uma forma de salientar diferenças culturais. essa redescoberta das diferenças e a atualidade da questão da federação numa época em que o país se encontra bastante integrado do ponto de vista político, econômico e cultural sugerem que no Brasil o nacional passa primeiro pelo regional (OLIVEN, 2006, p. 57-58).

De posse dessas formulações e problematizações, é possível perceber que o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI), como uma política pública, em parte tributária dos apelos pela *diversidade*, pela *identidade* e pela valorização das *culturas tradicionais e populares*, como ficou claro a partir da emergência do repertório *discursivo UNESCO*, se inscreve em um sistema de usos muito maior, que o toma como uma espécie de novo insumo de preenchimento das estratégias discursiva e composição de determinados *capitais simbólicos*. Com efeito, é mister se indagar: quem é capaz de reivindicar e sustentar com maior propriedade o estatuto social da “*pureza*” construído em torno da narrativa de significado do *sertão* nordestino? A cidade de Caruaru certamente possui mais recursos simbólicos para tanto, pois hoje um dos seus eventos centrais, que lhe permite reivindicar esse estatuto, a feira popular da cidade, ostenta o título de *Patrimônio Cultural do Brasil*. Embora o título não tenha sido para a grande festa da cidade, o São João, e sim para a feira, ambos estão na mesma cidade, localizados bem próximos, fundindo seus

horizontes de significado e permitindo que determinados agentes culturais manejem e façam uso do título para promoção e legitimação da grande festa-espetáculo.

Tamaso assinala que os conflitos e as lutas são constitutivos das políticas de patrimônio. A autora cita Antônio Augusto Arantes para acentuar que em torno do patrimônio “há uma luta política em que diferentes grupos sociais disputam, por um lado, espaços, recursos naturais e, por outro (o que é indissociável disso), concepções ou modos particulares de se apropriarem simbólica e economicamente deles” (ARANTES, 1984, apud TAMASO, 2006). No entanto, destaca a autora, pouco tem se refletido acerca do significado de se inventariar um bem imaterial, inserindo-o em um dos livros de registro e, por conseguinte, atribuindo-lhe o estatuto de *Patrimônio Cultural do Brasil* (TAMASO, 2006). Este trabalho, sobretudo no que tange a este capítulo em particular, é uma modesta tentativa de contribuição à reflexão acerca das políticas destinadas ao *patrimônio cultural imaterial*, mas também as políticas destinadas às *culturas populares* em geral.

Em um artigo intitulado *Dimensões da cultura e políticas públicas*¹⁷⁹, Isaura Botelho destaca que o processo de formulação das políticas culturais no Brasil deve levar em conta, para obter os êxitos pretendidos, uma distinção teórica fundamental, qual seja, o conceito de *cultura* pensado a partir da matriz antropológica e da matriz sociológica. A primeira estaria marcada pela experiência cotidiana, cujo sentido da vida social repousa nos laços afetivos que envolvem a internalização dos costumes, crenças e valores. Nessa matriz, a *cultura* fornece os estoque de símbolos e os recursos de formação do pertencimento cultural. Por outro lado, sustenta Botelho, a matriz sociológica do conceito de *cultura* opera no sentido de afastar a experiência cultural do cotidiano vivido dos indivíduos. Essa matriz consiste em destacar a cultura como uma produção formalizada, dividida em setores e organizada segundo uma racionalidade bem distinta da primeira. Para Botelho, a indistinção entre essas duas formulações teóricas compromete o processo de operacionalização das políticas, turva seus objetivos e dissipa seus resultados.

Em outras palavras, a dimensão sociológica da cultura refere-se a um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, tendo, portanto, visibilidade em si própria. Ela compõe um universo que gere (ou interfere em) um circuito organizacional, cuja complexidade faz dela, geralmente, o foco de atenção das políticas culturais, deixando o plano antropológico relegado simplesmente ao discurso. (BOTELHO, 2002, p.11)

¹⁷⁹ Isaura Botelho, *Dimensões da cultura e políticas públicas*, Itaú cultural, São Paulo, 2004.

Parece-me que na sua formulação Botelho desconhece dois processos imprescindíveis à problemática contemporânea envolvendo as políticas culturais. Primeiro, não é de hoje que as matrizes antropológica e sociológica do conceito de *cultura* vêm sendo ressignificadas. O movimento, desencadeado com maior vigor a partir dos anos setenta do século passado, que levou, entre outros aspectos, a confecção do *repertório UNESCO*, consistiu em dilatar o conceito de *cultura*, cujo resultado levou, sobretudo em países como o Brasil, à montagem de uma racionalidade técnico-administrativa que galvaniza, na mesma moeda, três dimensões do conceito de *cultura*: a *simbólica* (que gravita em torno da matriz antropológica), a *econômica* (que gravita em torno da matriz sociológica) e a *cidadã* (que incorpora as duas matrizes). O que ocorre é que os resultados práticos e as conseqüências empíricas dessa racionalidade desafiam o conteúdo teórico das duas matrizes do conceito de *cultura*. Isso não significa, entretanto, que os gestores culturais não acaentem uma reflexão que envolve o controle das distinções entre uma matriz e outra. Os efeitos práticos das políticas, no entanto, fogem inteiramente ao controle desses gestores.

A frase diletta do ex-ministro da cultura busca combinar exatamente das duas dimensões teóricas do conceito de cultura (“o povo sabe o que quer, mas também quer o que não sabe”) tributárias das duas matrizes disciplinares mencionadas. Não me parece que os gestores não tenham clareza acerca das diferenças conceituais envolvendo as duas matrizes destacadas. Não obstante, esses mesmos gestores têm pouco controle, insisto, sobre os efeitos práticos dessas políticas, como, por exemplo, as conseqüências de programas e ações culturais para a dinamização e estruturação de determinados simbólicos, assim como do sistema de usos e contra-usos que organizações públicas e privadas estabelecem em torno de títulos e prêmios oficiais, e que do mesmo modo corroboram para estruturar determinados mercados culturais.

Um exemplo bastante claro a esse respeito pode ser mobilizado a partir do chamado *paradoxo Darcy Ribeiro*. O *paradoxo Darcy Ribeiro*¹⁸⁰ diz respeito à maneira como ficou conhecida uma grande querela político-conceitual envolvendo a aprovação dos artigos 215 e 216 da Constituição Federal, os artigos que tratam dos direitos culturais. O aparente paradoxo consistia nos seguintes termos: como reivindicar e exigir o cumprimento de direitos culturais uma vez que o conceito de *cultura* largamente praticado pela matriz

¹⁸⁰ Tal contenda passou a receber esse nome devido o engajamento do então senador e antropólogo Darcy Ribeiro para a aprovação dos artigos 215 e 216 da Constituição Federal.

disciplinar da antropologia social (disciplina que informou as discussões no processo constituinte e que notabilizou o senador Darcy Ribeiro) diz que *cultura* é uma totalidade de hábitos, valores e crenças presentes em toda e qualquer sociedade e que, portanto, todos têm *cultura*. Como reivindicar algo que já se tem, que já está dado e posto? A publicação do Decreto nº 3551|00, responsável pela regulamentação do artigo 216, assim como seus efeitos no âmbito dos estados e municípios brasileiros, permite sugerir que o Decreto nº 3551|00 veio operacionalizar e por em prática a matriz antropológica do conceito de cultura, desfazendo um aparente paradoxo.

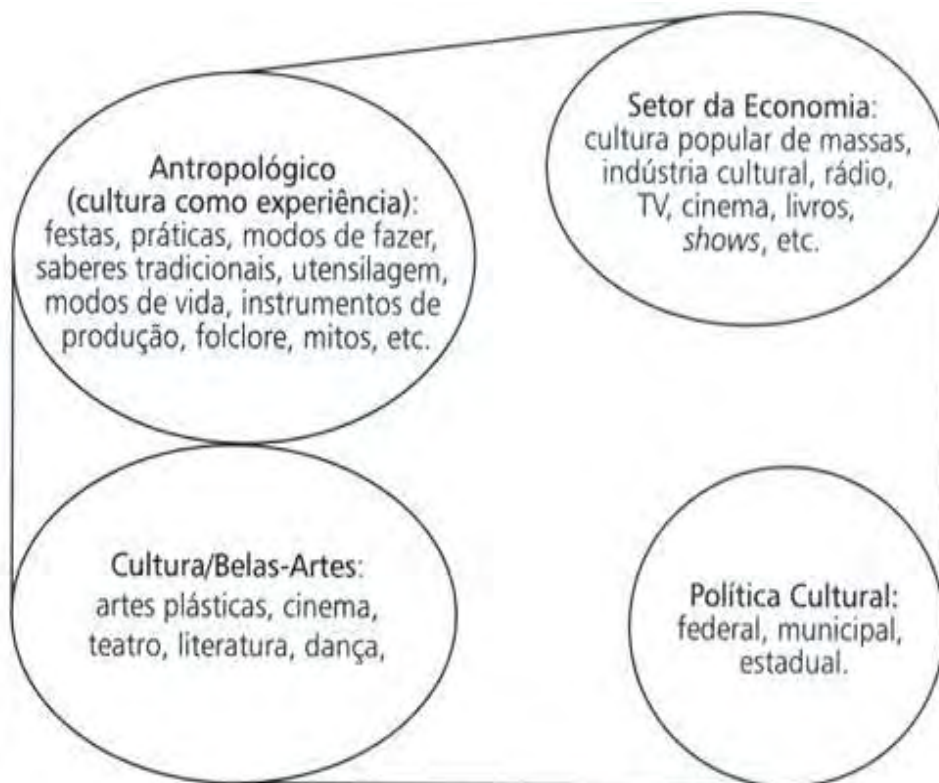
Outro aspecto, esse talvez o mais relevante, diz respeito à maneira como Botelho explora as distinções entre as duas matrizes disciplinares mobilizadas. Segundo o artigo citado, fica patente que o núcleo da distinção repousa no antagonismo entre cotidianidade|ordinariedade (que marca a matriz antropológica) *versus* extracotidianidade (que marca a matriz sociológica). A formulação nos indica que as políticas que pensam cultura no sentido amplo e abarcador (como uma totalidade vivida) devem pensar ações bem distintas para as políticas que concebem a cultura como uma atividade encerrada em espaços (teatros, cinema, salas, shows, etc) e, portanto, marcada por uma atividade extra-cotidiana na vida dos indivíduos.

Novamente repete-se aqui, tal qual procurei localizar no início deste capítulo, uma confusão entre os suportes, as técnicas, os conteúdos artísticos, suas linguagens e os processos de consumo simbólico. Perguntaria, apenas para problematizar: ao visitar a Feira de Caruaru, uma determinada pessoa, movida pelo interesse de conhecer a grande feira popular da cidade, estaria consumido o cotidiano ou o extra-cotidiano. Depurando mais a indagação: em que medida o cotidiano vivido da feira se tornou, ele mesmo, um espetáculo, embora não esteja encerrado em nenhum espaço canônico de arte erudita, teatro, museu, galeria, sala de cinema, entre outros?

O *Programa Cultura Viva*, como se procurou evidenciar, incorpora e combina alguns aspectos dessas duas matrizes. Lembremos que o programa reputa grande importância ao conceito de *comunidade* (caro à matriz antropológica do conceito de *cultura*), mas, ao mesmo tempo, as *comunidades* que recebem e|ou abrigam os *pontos de cultura* (núcleo operacional do programa) são comunidades urbanas. Por outro lado, o PNPI consiste em registrar e salvaguardar os modos de fazer e saber inscritos nas práticas cotidianas ordinárias (ou seja, a experiência corporal que ao longo de uma determinada vivência

incorporou saberes, fazeres, expressões e celebrações). Com efeito, o programa gerido pelo IPHAN inspira-se inteiramente na matriz antropológica do conceito de *cultura*, cujo efeito mais importante são as implicações decorrentes da concessão do título, realizada após um longo e minucioso inventário etnográfico, que é apenas um dos aspectos da metodologia de pesquisa do programa, o Inventário Nacional de Referência Culturais (INRC).

Figura 26. Dimensões do conceito de cultura.



Fonte: Ipea/Minc

Um último exemplo permite sustentar como os formuladores e executores das políticas culturais públicas no Brasil possuem formulações distintas acerca das diferentes matrizes disciplinares do conceito de cultura. Essas distintas formulações sobre o conceito de cultura são operacionalizadas e empregadas em programas culturais específicos e também distintos, marcados por compreensões diferentes da categoria de *cultura*, como o *Programa Cultura Viva* e o *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI)*. Entretanto os efeitos práticos, os cruzamentos e as interdependências, assim como os usos

políticas e econômicas, instauradas no decurso de execução desses programas, novamente, fogem ao controle dos formuladores e gestores das políticas.

A figura 26 atesta bem essa dinâmica. A figura foi extraída de uma publicação do Ministério da Cultura em parceria com o IPEA¹⁸¹ nela aparece o panorama geral da produção cultural no Brasil. Os círculos concêntricos que formam a figura estão bastante próximos, sobretudo os dos círculos localizados à esquerda, sendo que o círculo localizado mais acima evidencia a noção antropológica do conceito de *cultura* (cultura como experiência), e o círculo mais abaixo, também à esquerda, evidencia (embora a palavra não apareça) uma noção mais sociológica do conceito de *cultural*, tal qual assinalado por Botelho. Do outro lado, do lado direito acima, aparece a *cultura* pensada como produção e reprodução em série, compondo um setor da economia. Por fim, do lado esquerdo abaixo as políticas culturais (federais, municipais e estaduais) ligadas aos demais círculos. Essas divisões e classificações permitem enxergar como os gestores e formuladores criam as políticas culturais a partir desse panorama. Nesse sentido, poderia se dizer que os dois programas culturais analisados antes estariam inscritos, a princípio, no círculo localizado a esquerda, na parte de cima. No entanto, como se procurou se demonstrar nos dois capítulos primeiros deste trabalho, as mediações, interdependências e os usos entre técnicas linguagens, setores artísticos e conteúdos simbólicos borram inteiramente as fronteiras entre os círculos, fundindo-as, em grande medida. Isso não significa, contudo, que as políticas culturais orientadas pela matriz antropológica do conceito de *cultura* fiquem apenas no discurso, como sustenta Botelho.

3.3 Autenticidade, tradição e identidade cultural-corporativa: o sertão e as empresas culturalmente responsáveis.

As empresas, tanto aquelas de capital misto (controladas pelo Estado), quanto aquelas de capital privado, vêm assumindo um destaque considerável no panorama da *economia criativa* e das *indústrias da criatividade*. Essas organizações atravessam os três eixos da economia da cultura em países como o Brasil, atuando, simultaneamente, como produtoras e potencializadoras da circulação e consumidoras. Em um trabalho de fôlego acerca do

¹⁸¹ *Caderno de políticas culturais*, Vol. II, *acompanhamento e análise*. IPEA|Minc, Brasília, 2006.

movimento contemporâneo de crescente interesse das organizações privadas pelas atividades artísticas e culturais, Chin-Tao Wo apresentou os resultados de uma pesquisa acerca da experiência do financiamento cultural nos anos oitenta e noventa nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha.

A autora sustenta que, a partir dos anos oitenta, quando da assunção ao poder de Ronald Reagan, no EUA, e Margaret Thatcher, na Grã-Bretanha, os recursos públicos destinados à cultura nesses países passaram a ser cada vez mais reduzidos. Essa redução pode ser comprovada através dos recursos públicos destinados ao NEA (National Endowment for the art), nos Estados Unidos. Quando da sua criação, em 1965, o NEA possuía um orçamento de 2,8 milhões de dólares, quinze anos mais tarde, em 1980, esse orçamento já era de 154,6 milhões de dólares. A partir de então, o orçamento da agência foi progressivamente reduzido, chegando ao ano 2000 com apenas 50% dos recursos alcançados em 1980.

Por outro lado, grandes corporações privadas, como a *Philip Morris*, *IBM*, *Unilever* e *British Telecom*, passaram a destinar um volume crescente de recursos para as atividades artísticas e culturais. Esse processo ocorreu, segundo Chin-Tao Wu, primeiro porque os governos Reagan e Thatcher passaram a negligenciar e esvaziar os fundos públicos de cultura, manifestando um claro desinteresse pelas questões culturais, segundo porque a importância assumida pelas atividades e bens culturais na formação das identidades individuais e coletivas contemporâneas fez as corporações, como uma estratégia *marketing*, direcionarem parte de seus recursos para as atividades artísticas. Todavia, como adverte a autora, o investimento corporativo em atividades culturais, sobretudo nos Estados Unidos, já era parte constitutiva do financiamento da produção cultural desde o início do século XX. Desde esse período as grandes empresas, principalmente os bancos, mantinham coleções de obras raras, como quadros e esculturas que, invariavelmente, eram cedidas a museus públicos.

A grande novidade surgida a partir dos anos oitenta foi que as grandes corporações norte-americanas e britânicas passaram a criar suas próprias fundações de cultura, seus museus, galerias e centros culturais, promovendo campanhas mundiais massivas, como a *50 Years of Collecting: Art at IBM*, a *Unilever House London Contemporary Art Collection: The First Twelve Years* ou *The Whitney Museum of American Art at Philip Morris*. A associação de campanhas, museus, galerias e centros de cultura e arte aos nomes

das empresas, às suas marcas e produtos tornou-se uma regularidade em todo o mundo. Por isso, a autora sustenta que houve (e utiliza os casos britânico e norte-americano para validar sua hipótese) uma privatização da cultura a partir dos anos oitenta. Nessa direção, ressalta ainda que no nesse mesmo período surgiram os “espaços públicos corporativos”, locais abertos à visitação, à fruição e à contemplação estética, mas controlados e explorados publicitariamente pelas grandes corporações, que passaram a preencher esses espaços com suas coleções, exposições e espetáculos.

Seguindo uma direção assumida a partir dos anos setenta, a autora demonstra como a maioria das empresas investidoras pertencem aos setores de serviços, notadamente os serviços financeiros. Agências financeiras, bancos, fundos de pensão e conglomerados financeiros são os que mais destinam recursos e associam suas marcas às linguagens artísticas (sobretudo no circuito das artes plásticas, dos festivais de música e das exposições de esculturas). Era muito comum até os anos sessenta a existência de grandes patrimônios familiares, quando algumas famílias controlavam a vida financeira (através da maioria das ações negociadas) de muitas corporações, como fábricas de alimentos, de cigarros, bancos, ente outras. Durante os anos oitenta cada vez mais o controle acionário das grandes corporação norte-americanas e britânicas, mas também em outros países como Alemanha e Japão, passaram para o controle de investidores institucionais, isto é, grandes investidores corporativos que administram um grande volume de recursos financeiros, como, por exemplo, os fundos de pensão, que são administrados por bancos e instituições financeiras em geral. Segundo a autora, em 1979 cerca de 70% das ações negociadas na bolsa de Nova York já pertenciam a investidores institucionais¹⁸².

Com efeito, nos anos noventa essas organizações financeiras, como o banco holandês *ABN-AMRO BANK* (controlador do *Banco Real* no Brasil), o *Banco de Boston*, que também atua na América Latina, o *Banco Itaú e Bradesco*, no Brasil, além dos bancos de capital misto, como o *Banco do Brasil e a Caixa Economia Federal*, passaram a destinar recursos para a montagem de suas políticas culturais próprias, algumas estritamente inspiradas na hierarquia valorativa sugerida pelo *repertório discursivo UNESCO*, na qual os conceitos de *criatividade, identidade e diversidade* aparecem no cume, secundados pela teia discursiva que envolve as novas relações contemporânea entre as categorias de *cultura e desenvolvimento*.

¹⁸² Chin-Tao Wo, *Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. 1ª edição, Boitempo, São Paulo, 2006.

Em virtude da posição que ocupa no mundo da produção, o setor comercial e financeiro têm condições de assumir, nos assuntos, o papel de grupo dominante e de passar a desfrutar do prestígio e da confiança associados ao domínio econômico. Ele só precisa do consentimento tácito do público em geral a esse novo grupo de poder, e a aceitação pública dos novos parâmetros impostos por ele à vida artística, para criar um conjunto de circunstâncias que correspondam ao conceito gramsciano de hegemonia cultural. (CHIN-TAO WO, 2006)

As reflexões e os materiais trazidos por Chin-Tao Wu são bastante sugestivos e elucidativos. No entanto, a experiência britânica e norte-americana é assaz distinta da experiência brasileira e de outros países, como a França, onde é possível se afirmar que, desde os anos cinquenta, vem ocorrendo o posto da tendência assumida no Estados Unidos e Grã-Bretanha. No Brasil, a consolidação das leis de incentivo a cultura no decurso da década de noventa criou um desenho ambivalente de privatização e, ao mesmo tempo, estatização da cultura. Essa ambivalência precisa ser explorada com maior acuidade a partir da própria trama de operacionalização das leis de incentivo fiscal, cujo instituto da renúncia fiscal atua como o centro da ambivalência.

A primeira lei de incentivo à produção cultural no Brasil foi a chamada de Lei Sarney, Lei Federal n 7.505, de 1986. A idéia de se conceder incentivos fiscais na prestação de contas do imposto de renda de pessoas físicas e jurídicas que realizassem atividades artísticas e culturais vinha sendo estudada desde os anos setenta (em 1972 foi apresentado ao congresso o embrião da Lei Sarney), mas só nos anos oitenta a lei foi aprovada e entrou em vigor. Estima-se¹⁸³ que foram gastos cerca de U\$ 450 milhões em atividades artísticas e culturais nos quatro anos de vigência da lei (1986-1990), dos quais 112 milhões foram de incentivos fiscais e o restante decorrente da contra-partida dos patrocinadores. A lei, semelhante as demais que a sucederam, previa as três modalidades de incentivo: doação, patrocínio e investimento.

Os projetos culturais eram apresentados diretamente às empresas por produtores culturais (artistas e profissionais da cultura em geral), que, por sua vez, realizavam o projeto (filmes, documentários, peças teatrais, *shows* populares, etc) e solicitavam, mediante a prestação de contas do imposto de renda anual devido, o abatimento. Os projetos não passavam por uma seleção prévia no Ministério da Cultura, o que resultou em um conjunto de suspeitas de irregularidade na prestação de contas e, portanto, nos valores solicitados para desconto junto ao imposto devido. A Lei exigia apenas que o produtor

¹⁸³ *Tecnologia SESI de cultura e as leis de incentivo à cultura*, Vol I. www.sesi.org.br

cultural, captador do recurso, estivesse cadastrado em uma lista de profissionais e agentes culturais existentes no Ministério da Cultura.

Em 1991, em substituição a Lei Sarney, foi sancionada a lei nº 8313, mais conhecida como Lei Rouanet, que só passou a vigorar a partir de sua regulamentação, com a publicação do Decreto n 1.494, em 17 de maio de 1995. A lei passou a exigir a avaliação e aprovação prévia dos projetos culturais, assim como criou o Fundo Nacional de Cultura (FNC), os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART) e o incentivo a projetos culturais (Mecenato). Em meio à revogação da Lei Sarney e promulgação da Lei Rouanet algumas leis estaduais e municipais de incentivo a cultura foram criadas, como a Lei Mendonça (Lei n 10.923|90), do município de São Paulo, regulamentada em 1991. A Lei Mendonça facultava a dedução sobre o Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU) devido pelas pessoas físicas e jurídicas. A lei inspirou que diversos municípios pelo país adotassem mecanismos semelhantes de isenção fiscal baseado na cobrança do IPTU.

Diante de um conjunto de críticas em torno das dificuldades de se obter recursos, decorrente de seu excesso de rigor, a Lei Rouanet passou por uma reforma em 1995. As principais medidas foram no sentido de conceder maior celeridade ao processo de captação de recursos e oferecer novos meios de incentivo às empresas, como o aumento de 2% para 5% do desconto total em cima do imposto devido, além de campanhas de esclarecimento acerca do funcionamento e operacionalização da lei. A reforma da lei Rouanet foi antecedida pela promulgação da Lei nº 8.685, também conhecida como lei do Audiovisual. A lei estabelece que os projetos previamente aprovados pelo Ministério da Cultura (Minc) tenham até 100% dos recursos envolvidos descontados, mediante o limite máximo de 3% do total de imposto de renda devido para pessoas jurídicas e 5% para pessoas físicas.

A partir do início da gestão do ex-ministro da cultura Francisco Weffort esses dois instrumentos legais passaram a delinear o desenho da política cultural pública no Brasil. Se durante o governo Itamar Franco (1992-1994) apenas 72 empresas utilizaram os instrumentos da lei Rouanet para investir em cultura, somente no primeiro ano do governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) esse número chegou a 235, alcançando, em 1998, 1061 empresas¹⁸⁴. Esse substancial aumento se deu em função das alterações sofridas na lei, mas sobretudo em consequência das determinações governamentais para que as

¹⁸⁴ Cristiane Garcia Oliveira *Cultura neoliberal*. 1º edição, Instituto Pensarte, São Paulo, 2006.

empresas estatais lançassem mão das prerrogativas da lei e destinassem recursos para projetos culturais. Com efeito, grandes projetos, a maioria concentrada na região Sudeste, foram realizados e um número cada vez maior de projetos passou a ser analisado pelo Ministério da Cultura, através da Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura. Imediatamente após o processo de privatização das empresas estatais de telefonia e infraestrutura, ocorrido no final dos anos noventa, o número de projetos apresentados e viabilizados foi reduzido, voltando a crescer após o ano 2000.

Nesse ano foram captados R\$ 353 milhões tributários dos incentivos fiscais facultados pelas duas principais leis de incentivo em âmbito federal. A reformulação da Lei Rouanet e sua sistemática utilização a partir de 1995 integrou, sob um único instituto jurídico, muitos mecanismos que antes estavam dispersos. As principais modalidades de financiamento presentes na lei são o Mecenato e o Fundo Nacional de Cultura (FNC). O Mecenato é composto pela doação, patrocínio e investimento. A rubrica mais utilizada é o patrocínio, que permite a empresa solicitar até 100% de desconto do recurso destinado para o projeto em questão. Os projetos culturais (sejam quais forem) são apresentados à Secretaria de Fomento à Cultura, do Ministério da Cultura, através de um produtor cultural (previamente cadastrado), denominado proponente, que precisa cumprir as justificativas formais de apresentação dos projetos e aguardar a tramitação dos projetos no ministério: apresentação, aprovação e incentivo.

A apresentação diz respeito à primeira etapa, na qual o proponente apresenta toda a documentação necessária à sua candidatura ao incentivo. Nessa etapa é necessário um grande controle orçamentário do projeto, das justificativas culturais e todas as demais informações sobre o proponente (que pode ser um produtor cultural isolado ou o departamento e/ou setor de cultura de uma determinada empresa). Caso o projeto seja aprovado (ou seja, esteja habilitado ao incentivo), o Ministério da Cultura exigirá novos documentos e o projeto então se submeterá à última etapa, a do incentivo. Caso o proponente seja um produtor cultural isolado (muito comum no Brasil), ao final da última etapa o proponente recebe autorização do ministério para apresentar o projeto (já selecionado) a algum incentivador (pessoas jurídicas e físicas) disposto a realizar o projeto. A tabela 10 apresenta um esquadramento dos percentuais em torno das três etapas de captação da Lei Rouanet.

Tabela 10

Evolução do número de projetos apresentados, aprovados e incentivados, Lei Rouanet

Ano	Porcentual de projetos apresentados que foram aprovados	Porcentual de projetos aprovados que foram incentivados	Porcentual de projetos Apresentados que Foram Incentivados
1998	55,0%	24,9%	13,9%
1999	40,4%	28,6%	11,5%
2000	49,6%	34,2%	17,0%
2001	33,8%	42,6%	14,4%
2002	47,4%	32,0%	15,2%
2003	56,1%	37,9%	21,2%
2004	78,1%	33,4%	26,1%

Fonte: Ministério da Cultura

A outra modalidade de incentivo presente no âmbito federal é o Fundo Nacional de Cultura (FNC). Grande parte dos recursos do fundo advém de receitas obtidas junto ao sistema de loterias federais, Fundos de Desenvolvimento Regional (FINOR, FINAM e FUNRES) e Tesouro Nacional. A sistemática de obtenção dos recursos junto ao fundo é bastante semelhante a do mecenato (doação, patrocínio e investimento), sendo que o fundo financia até o limite de 80% dos gastos e recursos necessários para a realização do projeto cultural aprovado, ficando os outros 20% como uma contrapartida da empresa, ao passo que o mecenato financia 100% do projeto. Esse percentual corroborou para que o mecenato, através das leis 8.113 (Lei Rouanet) e Lei 9.874 (Lei do Audiovisual), se tornasse à modalidade de incentivo predominante desde os anos noventa. A tabela 11 apresenta um quadro comparativo entre esses dois institutos jurídicos que compõem a modalidade do mecenato.

Tabela 11. Dados comparativos das leis nº 8.113 e nº 9.874

	Limite de Dedução	Lei	Áreas abrangidas	Abatimento	
				Doação	Patrocínio
Pessoa Física	6% IR devido	n. 9.874/99 (não permite o lançamento como despesa operacional)	Artes cênicas, edição de livros, música erudita ou instrumental, circulação de exposições de artes visuais, doação de acervo para museus, arquivos e bibliotecas públicas	100%	100%
		n.8.313/91 (permite o lançamento como despesa operacional)	As mesmas, além da Produção, conservação e difusão de audiovisuais e preservação do patrimônio cultural	80%	60%
Pessoa Jurídica	4% IR devido	n. 9.874/99 (não permite o lançamento como despesa operacional)	Artes cênicas, edição de livros, música erudita ou instrumental, circulação de exposições de artes visuais, doação de acervo para museus, arquivos e bibliotecas públicas	100%	100%
		n.8.313/91 (permite o lançamento como despesa operacional)	As mesmas, além da Produção, conservação e difusão de audiovisuais e preservação do patrimônio cultural	40%	30%

Fonte: Ministério da Cultura

Existem duas modalidades mais recorrentes e que são contempladas pelas duas leis mais utilizadas no âmbito da produção cultural, a doação e o patrocínio. A doação se refere à transferência de recursos aos produtores e/ou aos produtos culturais, sem que exista e a obrigatoriedade de divulgação e promoção do nome do doador, portanto sem maiores compromissos publicitários. A doação também pode ser descontada no imposto de renda de pessoas e empresas. É uma modalidade de incentivo muito presente nos Estados Unidos, sobretudo por parte do acervo de fundações existentes naquele país.

Já o patrocínio, consiste na transferência de recursos para a produção e realização de bens e serviços (*shows*, eventos, gravação de CDs, DVDs, apresentação de peças teatrais, espetáculos de dança, realização de filmes e/ou documentários, entre outros) culturais mediante fins promocionais, que gerem retorno institucional para o patrocinador. O patrocínio é a modalidade mais utilizada no âmbito das leis de incentivo cultural. Por fim,

o investimento se baseia na transferência de recursos para produtos culturais, buscando participação direta nos lucros auferidos pelos bens e serviços culturais.

As seis maiores empresas incentivadoras em 2007 possuem departamentos e/ou setores específicos de cultura, cuja função, além de coordenar a execução das políticas culturais da empresa, é realizar e acompanhar as três etapas antes descritas da lei Rouanet. Tanto esses departamentos quanto o produtor cultural que oferece seus serviços às empresas, ou seja, os proponentes, devem dominar todo processo contábil da empresa no qual está inscrito o projeto. O imperativo desse controle criou a necessidade de contratação de profissionais com trânsito entre as áreas contábil e cultural, engendrando um novo tipo de profissional: o contador cultural, ou seja, um profissional com domínio suficiente das técnicas contábeis e dos mecanismos de tributação existentes nas duas principais leis de incentivo. Para subsidiar esses profissionais algumas empresas, como os bancos Bradesco e Itaú¹⁸⁵, têm publicado trabalhos acerca de todo o processo de captação de recursos, não só explorando as três etapas mencionadas antes, bem como as pequenas fases de tramitação e circulação dentro de cada uma das três etapas maiores¹⁸⁶.

Na primeira etapa de tramitação dos projetos, o proponente deve indicar um dos segmentos culturais e artísticos no qual o projeto pretende obter o incentivo. O Fundo Nacional de Cultura e as principais leis de incentivo que formam o mecenato, que perfazem no seu conjunto a legislação federal de incentivo à cultura, estabelecem sete grandes setores culturais e artísticos. Os sete segmentos definidos pela legislação federal passaram a ser seguidos pelas demais leis de incentivo criadas nos estados e municípios. Segundo dados do Instituto *Pensarte* e do próprio Ministério da Cultura¹⁸⁷, dos segmentos classificados pela legislação federal, até 2004, o segmento de artes cênicas apresentou o maior percentual (17,62%) de projetos incentivados, seguido de perto pelo segmento música (16,58%), antecedido pelos segmentos literatura (12,44%), produção audiovisual (11,92%) e patrimônio cultural (11,33%). Essa segmentação é também seguida pelas grandes empresas que dispõem de recursos próprios, isto é, não originários das leis de incentivo (mecenato) e do Fundo Nacional de Cultura (FNC), como a Petrobrás e a Vale do Rio Doce.

¹⁸⁵ Revista Itaú cultural, nº 3, *leis de incentivo e produção cultural*, 2006.

¹⁸⁶ *O desafio de elaborar e viabilizar projetos culturais sob as diretrizes da tecnologia SESI de cultura*, www.sesi.org.br

¹⁸⁷ Ver www.institutopensarte.org.br

Tabela 12. Segmentos culturais catalogados na legislação

Artes cênicas	Teatro, dança, circo, ópera, mímica
Artes integradas	Quaisquer dois ou mais segmentos Culturais combinados entre si
Artes plásticas	Artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia, fotografia, exposição itinerante
Humanidades	Edição de livros, obras de referência, acervo bibliográfico, biblioteca arquivo
Música	Musica em geral, música erudita, Música instrumental
Patrimônio cultural	Histórico, arquitetônico, arqueológico/ecológico, museu, acervo, acervos museológicos, cultura afro-brasileira, cultura indígena, folclore e artesanato
Produção audiovisual	Longa-metragem, média e curta metragem, vídeo, CD ROM, rádio, TV infra-estrutura técnica, distribuição, exibição, eventos, multimídia.

Fonte: Ministério da Cultura.

O segmento de artes cênicas apresenta o maior percentual de projetos incentivados em decorrência da sua viabilidade econômica e de seu grande prestígio estético. Esse segmento, no interior do qual predominam as atividades teatrais e os espetáculos de dança, possui um custo de realização bastante reduzido, sobretudo para as empresas patrocinadoras que já possuem equipamentos culturais, como centros culturais, teatros e espaços de lazer. Por outro lado, esse segmento goza de grande prestígio e legitimidade junto às associações, entidades culturais, grupos de atores (profissionais e amadores) e dançarinos, o que facilita o diálogo e, por conseguinte, a realização das atividades entre proponentes, profissionais da cultura e produtores culturais. Por outro lado, esse segmento costuma granjear grande prestígio junto às classes sociais mais escolarizadas, que, através de doações e do voluntarismo, mantém (de forma gratuita ou a custos bem reduzidos) escolas de teatro e dança para os estratos sociais mais carentes. O segmento artes cênicas apresenta teias bastante ramificadas, notabilizando-se também por sua inserção em projetos e programas sociais de cunho educacional, mantidos tanto pelos poderes públicos (federal, estadual e municipal) quanto por organizações não-governamentais (ONGs).

Já o segmento música ocupa o lugar de segundo segmento na destinação dos recursos dos incentivos em função da visibilidade dos eventos musicais, notadamente festivais de música, grandes *shows* e festas populares. Esses eventos são marcados pela profusão de linguagens artísticas, pois abrigam a produção audiovisual, além das artes integradas, e

costumam ocorrer a partir de calendários definidos, como os festejos juninos e o período de férias escolares de julho. Os eventos musicais que dinamizam o segmento cultural fazem parte da chamada política de eventos das empresas, que tem um grande apelo publicitário nos circuitos de entretenimento e lazer das cidades, como o *Tim festival*, patrocinado e organizado pela companhia telefônica Tim (o último realizado na cidade do Rio de Janeiro) e o *Porão do Rock*, festival de *rock* realizado todo ano em Brasília, no mês de julho, cuja última edição foi inteiramente patrocinada pela *Petrobrás*. Os eventos musicais se ligam diretamente à disponibilidade dos equipamentos culturais públicos, como praças, estádios esportivos, parques de exposição, ginásios poliesportivos e centros culturais.

Não obstante, mais uma vez é preciso depurar os dados obtidos a partir dos segmentos culturais estabelecidos pela legislação federal. Os sete segmentos que aparecem na tabela 12 foram classificados de acordo com as linguagens estéticas desenvolvidas. Embora apareça um segmento que procura abrigar a imbricação total das linguagens (artes integradas), ainda assim é preciso destacar que as densas ramificações e o profundo entrelaçamento das linguagens e das técnicas impõem uma vigilância permanente a essas classificações. Isso não significa que as distinções não existam, antes o contrário. Uma pergunta a se fazer seria a seguinte: por que e sob que condições essas distinções e classificações são produzidas, mantidas e atualizadas? Qual o sistema de usos nas quais elas estão inseridas e são resultado?

Como já se disse antes, é preciso acentuar uma outra dimensão dessa questão, qual seja, que a incorporação pura e simples dessas classificações costumam turvar a compreensão do movimento de estruturação de uma determinada economia de bens e serviços simbólicos. Por exemplo, olhando de imediato para a tabela não aparece o segmento de *cultura popular*. Não que esse segmento seja necessário e deva, imperativamente, aparecer. Antes o contrário, sabe-se que esse segmento diz respeito à construção de uma específica ordem discursiva que tem sua gênese no século XIX. Portanto, seu processo de criação, consolidação e legitimação (ou seja, sua segmentação) dependeu da instauração de filtros de valorização e, por conseguinte, de oficialização. Nesse sentido, é interessante constatar que na tabela 12 algumas atividades reputadas como representantes dilatas da *cultura popular*, como o artesanato e o folclore, aparecem no segmento *patrimônio cultural*. O que atesta que, também no arcabouço legal que trata do

incentivo cultural, as categorias de *patrimônio cultural e cultura popular* assumem formas de equivalências.

Como resultado da consolidação institucional e financeira das leis de incentivo, durante os primeiros anos desta década foi recrudescido o processo de criação de leis de incentivo no âmbito estadual e municipal. Praticamente todos os estados da Federação possuem hoje algum instrumento legal de incentivo à produção cultural. Segundo o SESI, dos 24 estados brasileiros, 13 possuem leis específicas de incentivo; sendo que 10 possuem também fundos específicos de cultura; e outros sete possuem leis e fundos (sendo o fundo um artigo específico da lei de incentivo, como nos casos dos Estados do Ceará e Paraíba). Existem também os estados que abrigam sistemas estaduais de cultura, nos quais aparecem planos integrados entre regiões e municípios, como nos casos dos estados de Pernambuco, Piauí e Ceará. Por fim, existem ainda os estados que possuem leis de incentivo vinculadas a outros setores (educação, esporte, etc), como os estados do Espírito Santo e Acre.

No que diz respeito aos municípios¹⁸⁸, 18 das 24 capitais brasileiras possuem algum mecanismo legal de incentivo, sendo a maioria leis que incorporam a existência de fundos próprios, com recursos advindos do IPTU. Segundo o inventário realizado pelo SESI¹⁸⁹, a região Sudeste apresenta a maior densidade (secretarias municipais e estaduais, leis de incentivo e/ou lei de fundo, fundações culturais e institutos) institucional direcionada à esfera cultural, seguida pela região Nordeste. De acordo com o referido inventário, os estados nordestinos aparecem bem colocados em um *rank* geral de classificação nacional. Os critérios de classificação do *rank* levaram em conta a execução orçamentária dos órgãos estaduais da administração cultural e a movimentação financeira total em torno da rubrica *cultura* (leis de incentivo e fundos). Nesse *rank* o estado de São Paulo ocupa a primeira colocação, seguido pelo Estado do Rio de Janeiro. O Estado da Bahia ocupa a 5ª colocação, Pernambuco a 8ª e o Ceará a 9ª posição. Esses três últimos estados juntos ocupam uma posição de grande relevo no *rank* nacional, pois engendraram, desde o início dos anos noventa, leis de incentivo que serviram de modelos para outros estados da federação.

¹⁸⁸ *O desafio de elaborar e viabilizar projetos culturais sob as diretrizes da tecnologia SESI de cultura*, Brasília 2007.

¹⁸⁹ *O desafio de elaborar e viabilizar projetos culturais sob as diretrizes da tecnologia SESI de cultura*, Brasília, 2007.

A Bahia, por exemplo, apresentou ao longo dos últimos anos um aumento substancial da sua execução orçamentária, ou seja, os recursos destinados a programas e projetos que compõem as políticas culturais do estado, apresentando uma média de crescimento anual de cerca de 0,76%, que totalizou no período de 1985 a 2005 um crescimento de 15,42%, contra uma média anual nacional no mesmo período de 0,04%¹⁹⁰. Um dos responsáveis diretos por esse crescimento foi à instituição do programa estadual *Fazcultura*, criado em 1996. O programa atua como um fundo, semelhante ao Fundo Nacional de Cultura (FNC), cujas origens dos recursos vêm de parcelas do ICMS (Imposto Sobre a Circulação de Mercadorias). Durante os onze anos de vigência do programa, o setor cultural nomeado pela Secretaria de Cultura e Turismo de *tradições populares* foi o que apresentou maior número de projetos patrocinados, 31,8% do total.

Pernambuco, 8^a colocado no *rank* estabelecido pelo SESI, dispõe de quatro leis específicas (Lei 11.005, de 1993, Lei 11.914, de 2000, Lei 12.310, de 2002 e Lei 12.629 de 2004) de incentivo à cultura, todas complementares entre si e integradas ao principal fundo de cultura do estado, o FUNCULTURA. O Ceará, por sua vez, apresenta também uma sólida legislação de incentivo, cujo núcleo é a Lei Jereissati, que estabeleceu o FEC (Fundo Estadual de Cultura). A lei Jereissati destina recursos para incentivos nos segmentos de cinema, vídeo, música, artes plásticas e gráficas, artes cênicas, artesanato, folclore, filatelia, patrimônio histórico e artístico. Já o FEC destina recursos preferencialmente para as áreas de *patrimônio imaterial*, produções de grupos populares e associações comunitárias.

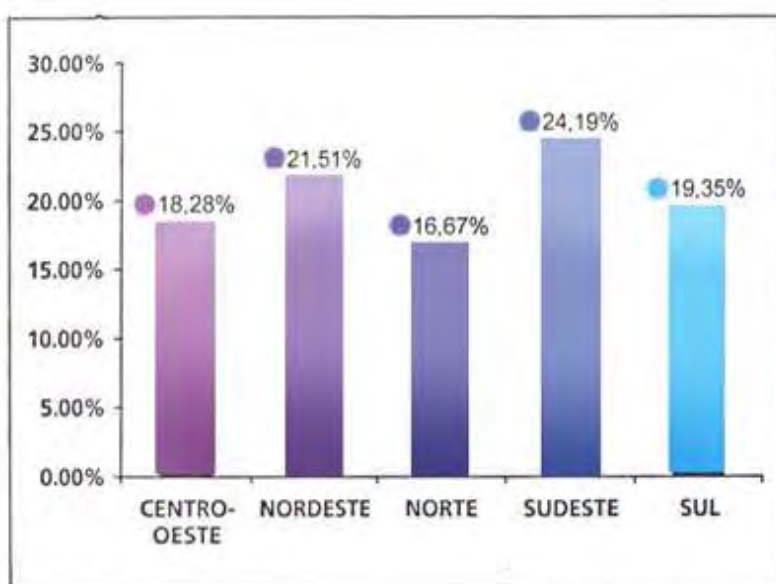
Em 2003 o Instituto Cultural Cidade Viva em parceria com a Universidade Federal Fluminense (UFF) publicou um minucioso trabalho acerca do perfil das empresas patrocinadoras da cultura no Brasil¹⁹¹. O trabalho traz um conjunto significativo de dados acerca das empresas, obtidos através de um questionário aplicado entre 2002 e 2003, que foi aplicado durante etapas distintas da pesquisa. O questionário buscou levantar o perfil das principais empresas patrocinadoras de cultura, através de perguntas diretas e estruturadas em torno de tópicos, como leis de incentivo, intenções do patrocínio, setor cultural, entre outros. Segundo a pesquisa, do total de 431 empresas selecionadas, cerca de 65% responderam que a principal razão pela qual investem em cultura é o ganho institucional da empresa, ou seja, o ganho de imagem da marca da corporação.

¹⁹⁰ *Estudos das leis de incentivo à cultura, parte I*. www.sesi.org.br

¹⁹¹ Instituto Cultural Cidade Viva, *Perfil das empresas patrocinadoras*, 1^o edição, São Paulo, 2003.

O segmento econômico que mais investe cultura é o industrial, respondendo por cerca de 28% do total de recursos, entre doações, patrocínios e apoios, seguido do setor de serviços, com 21,31%. 24,19% das empresas entrevistadas atuam na região Sudeste, outras 21,51% têm suas atividades concentradas na Região Nordeste. As leis de incentivo fiscal mais utilizadas são a lei Rouanet (35%), as leis estaduais do ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias), com 31,25%, a lei do ISS (imposto sobre prestação de serviços), com 20%, e a Lei do Audiovisual (13,75%).

Gráfico 17: Distribuição regional das empresas patrocinadoras de cultura



FONTE: Núcleo do Conhecimento/ICCV

A pesquisa mostra que a principal motivação empresarial é de cunho publicitário, isto é, a atuação da empresa junto ao universo simbólico e cultural pode desembocar em um substancial ganho de imagem. Esse ganho de imagem não é imediato, faz parte de um processo de construção de um diálogo aberto entre a marca e seus consumidores, a marca e seus fornecedores, a marca e seus investidores, ou seja, um processo sistemático de gestão da marca.

Gráfico: 18.



FONTE: *Jornal do Comércio* – dias 22 e 23 de setembro de 2002 / Pesquisa do Ministério da Cultura (MinC), encomendada à Fundação João Pinheiro (FJP).

O autor do texto de apresentação da pesquisa, Fernando Portela, chama atenção para que o diálogo entre marca e público mediado pela cultura (ou seja, pelos profissionais culturais que desenvolvem bens e serviços simbólicos) faz parte de um movimento maior de tomada de posição empresarial que ainda está muito embrionário, mas que aponta para uma tendência certa. O autor chama atenção para a necessidade de se desenvolver uma consciência empresarial dirigida para o bem-estar coletivo, cujo caminho passa inevitavelmente pela promoção da *diversidade*, da *diferença* e da *criatividade*. As reflexões do autor trazem o imperativo ético de transformação da consciência empresarial, deslocando o objetivo imediato do lucro, isto é, lastreado apenas na redução dos custos e massificação das vendas, para um diálogo mais íntimo com o consumidor, para uma espécie de construção de uma legitimidade da marca que produza novas estimas por parte de consumidores, fornecedores e dos gestores da marca. A rigor, se pretende que as empresas não produzam tão-somente bens e serviços, mas, sobretudo valores e éticas de vida (PORTELA, 2003).

Muitas mudanças estão ocorrendo ou vão ocorrer dentro das empresas nos próximos anos. Elas acarretarão o nível de consciência de grande número de empresários e conseqüentemente crescerá o patrocínio nas áreas cultural e social. Chamamos atenção para a abertura de novas oportunidades de trabalho para agentes culturais, conscientes de seu papel de agentes da mudança. (...) Empresas preocupadas com toda sociedade investirão em projetos culturais, inclusive com ações nas áreas de baixa renda e também assumirão responsabilidades maiores em relação à ecologia e à educação. Daqui há dez anos poucas serão as empresas que sobreviverão no mercado se não tiverem essa consciência, se não descobrirem que seus papéis principais não são gerar emprego e lucro, mas sim trabalho e consciência para construir um mundo melhor. (...) A nova empresa, na era do conhecimento e da emoção, é aquela que enxerga o valor da marca e sabe que é preciso planejar o investimento nas áreas culturais, sociais, esportivas, educacionais e outras – dependendo do seu foco. Sabe que precisa fazer isso sem mentiras, de forma planejada, independente ou não de haver incentivos fiscais (...) Nosso cliente é aquele que tem uma imagem positiva do nosso trabalho e do nosso produto, mesmo que nunca tenha assistido a nossa peça de teatro ou um par de sapatos que fabricamos (...) A nova empresa deixa aos poucos de ser patrocinadora e se transformam em parceira, o que significa em dizer que passa a se envolver nos projetos, a discutir orçamentos, conteúdos, possibilidades de retorno e garantias . nem que faça isso através de produtores terceirizados. Isso acontecerá na medida de seus interesses e de sua responsabilidade sociocultural. (PORTELA, 2003)

A despeito do tom marcadamente profético de Portela, é possível sustentar que o diálogo entre marca e público (consumidores, trabalhadores, acionistas, fornecedores, entre outros) procura se realizar mediante a construção de políticas culturais privadas, que não seriam possíveis sem as leis de incentivo à cultura. No entanto, como o texto da citação acima demonstra, o adiamento do grande lucro imediato através da formação de uma consciência que exige a destinação de recursos (ainda que decorrente da renúncia fiscal pública) para a cultura produz um capital de prestígio cultural que faculta à empresa uma lucratividade muito maior. Os dividendos dessa lucratividade a médio e longo prazo reverberam, pois, em formas de prestígios cristalizados em títulos (selos, prêmios, concursos, entre outros) como o de empresa “culturalmente responsável” ou “empresas amigas da cultura”, conferidos por organizações e instituições públicas.

A Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (SECULT), por exemplo, concede, desde 2004, o selo de responsabilidade cultural. O selo é concedido às empresas que participam diretamente (como doadoras e/ou incentivadoras) ou indiretamente (através das modalidades estabelecidas pelas leis de incentivo fiscal federais e estaduais) da promoção e valorização da cultura do Estado. A partir de ações e programas nas quais as empresas se envolvem em cada ano, a Secretaria da Cultura avalia e elege as empresas que merecem figurar nas campanhas promocionais e publicitárias oficiais do estado. Nos documentos, panfletos e cartilhas publicados pela secretaria no primeiro semestre de 2008 aparece a

peça publicitária do selo com os seguintes dizeres no cabeçalho: “selo de responsabilidade cultural 2007: um prêmio para as instituições que acreditam na força da cultura cearense”. As empresas premiadas têm o direito, por sua vez, de exibir em suas campanhas publicitárias a marca do selo de *responsabilidade cultural do estado*, que apresenta os seguintes dizeres: *esta empresa tem responsabilidade cultural*.

O selo foi criado por meio da Lei 13.426/2003, com o objetivo definido de estabelecer uma forma de reconhecimento público para as pessoas jurídicas de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, que de alguma forma apoiam a cultura do estado. A sistemática operacional de concessão do selo é baseada em três etapas distintas: avaliação inicial da empresa (missão, valores, objetivos, resultados, ações culturais desenvolvidas pela organização); a segunda etapa consiste em apreciar o material apresentado e organizado pela empresa por parte de uma comissão avaliadora independente da Secretaria de Cultura do Estado, que se desloca até a empresas para conferir a veracidade das informações fornecidas; por fim, é montado um *ranking* de pontuação no qual a empresa pleiteante do selo passa a figurar em uma determinada posição, onde são levados em consideração aspectos como o montante de investimentos destinados à cultura do Estado, ações desenvolvidas, entre outros.

A primeira premiação do selo foi realizada em 2004. No primeiro ano foram premiadas 15 organizações, em quatro categorias. A partir de então, alguns ajustes foram sendo realizados pela Secult\Ceará, como a ampliação de categorias e dentro do próprio processo de seleção. A partir de 2005 o número de empresas concorrentes aumentou significativamente, também nesse ano a política do selo passou a interessar outros estados da região Nordeste e a própria união. Acerca da concessão do selo o então ministro da cultura, Gilberto Gil, destacou: “o Ceará está nos oferecendo a inspiração e a tecnologia que nós queremos replicar pelo país inteiro. O apoio do Ministério da Cultura a esta iniciativa é integral, até porque é imprescindível que esta ação seja disseminada pelo Brasil” (GILBERTO GIL, 2005).

Tabela 13.

**Relação de organizações agraciadas com o
Selo de Responsabilidade Cultural – 2004, 2005 e 2006**

Categories	Selo 2004	Selo 2005	Selo 2006
Empresarial	Pequeno Porte: - Condomínio Shopping Benfica - Clínica Dra. Maria Helena Magalhães Albuquerque	Pequeno Porte: Condomínio Shopping Benfica	Micro e Pequeno Porte: Espaço Cultural Arre Égua
	Médio Porte: - E.I.M. Empreendimentos Industriais e Montagens - Servis Segurança LTDA - Tintas Hidracor SA	Médio Porte: Servis Segurança LTDA	Médio Porte: Shopping Benfica
	Grande Porte: - Companhia Energética do Ceará - Coelce - Agripec Química e Farmacêutica SA - Expresso Guanabara S/A	Grande Porte: Companhia Energética do Ceará - Coelce	Grande Porte: Servis Segurança
Pública	- Prefeitura Municipal de Guaramiranga - Banco do Brasil SA - Caixa Econômica	Banco do Nordeste do Brasil	Empresarial Pública: Caixa Econômica Federal
			Governamental: Prefeitura Municipal de Senador Pompeu
Institucional	- Sebrae Ceará - Instituto Pão de Açúcar - Serviço Social do Comércio - SESC	Serviço Social do Comércio - SESC	EDISCA – Escola de Dança e integração Social para Crianças e Adolescentes
Diamante	- Banco do Nordeste do Brasil	Banco do Brasil	Banco do Nordeste do Brasil
Destaque Interior	–	–	Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri
Destaque Empreendedora	–	–	Pão de Forno Indústria de Alimentos

Fonte: GUILHERME (2006); SILVA (2006).

Não obstante, a política do *selo de responsabilidade cultural* concedido pela Secult/Ceará está situada em um ambiente maior de experimentações e inovações tecnocráticas e gerenciais ligadas à cultura realizados no âmbito do Estado do Ceará. O estado foi o primeiro no país a possuir uma secretaria de estado destinada exclusivamente à cultura. Por meio da Lei nº 8.541, de 09 de agosto de 1966 foi criado a Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, sendo o primeiro secretário o escritor Raimundo Girão. Nesta década em total consonância com a arquitetura institucional que passou a ser elaborada pelo sistema Minc a partir de 2003, o estado formulou o Sistema Estadual de Cultura, cujo objetivo seria integrar os 184 municípios cearenses à dinâmica de capilarização do Sistema Nacional de Cultura e às discussões acerca do conteúdo e implementação do Plano Nacional de Cultura (PNC).

Seguindo essa senda, a Secult\Ceará instaurou durante o ano de 2007 o processo discursivo que desembocou na formulação da *Constituição Cultural do Estado do Ceará*. O processo de constituição desse documento envolveu um conjunto de discussões, fóruns municipais e assembleias, cujo ápice foi a *Assembleia Popular Estadual*, que contou com 127 delegados municipais. O evento foi constituído por artistas, intelectuais, pesquisadores, empresas, prefeituras, organizações não-governamentais, além dos próprios delegados municipais. A *Assembleia Popular Estadual* operou como uma constituinte cultural, cujo resultado foi a elaboração do documento legal da *Constituição Cultural do Estado do Ceará*, que alterou alguns dispositivos da Constituição do Estado do Ceará (promulgada em 1989) no tocante à cultura. O documento objetiva dotar o Estado de um planejamento de longo prazo para a cultura, privilegiando a *cultura popular* do Estado, espalhada pelas principais regiões interioranas do Estado. A política de concessão do *selo de responsabilidade cultural no Ceará*, assim como a consecução da constituição cultural do estado, atestam o processo crescente de normatização e oficialização da esfera cultural, notadamente da *cultura popular*.

O diálogo contumaz da empresa com o universo de atores que, direta ou indiretamente, determinam a posição de prestígio da marca empresarial, exige que as corporações se inscrevam em um cenário mais largo de comunicação global, a partir do qual a organização aposta em posturas ligadas à consolidação dos valores caros aos atores responsáveis pela posição de prestígio ocupada pela empresa. Nesse sentido, as principais empresas envolvidas com programas e ações culturais buscam, cada uma a seu modo, tecer uma teia própria que assegure viva sua participação no concerto geral da chamada *cidadania cultural* no Brasil, que faz parte da arquitetura institucional montada nesta década pelo Ministério da Cultura, cujos insumos legais e discursivos travam uma interface estreita com o *repertório UNESCO*.

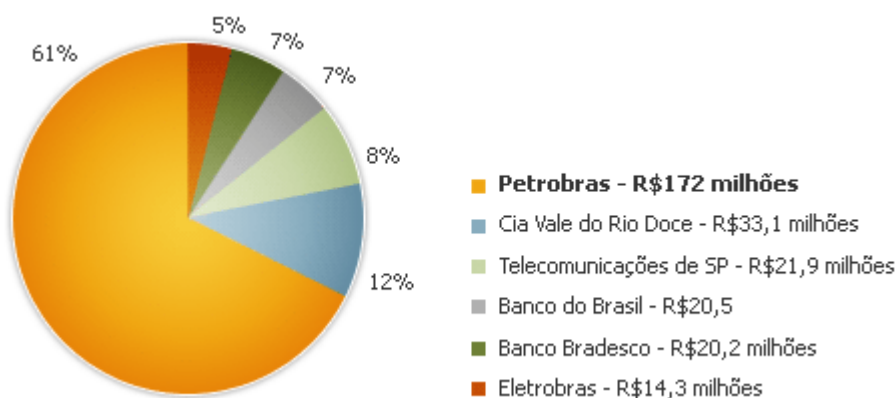
Nesses termos, as empresas buscam desenvolver uma espécie de cidadania cultural corporativa bastante interessada, ou seja, uma componente decisiva da gestão da marca empresarial. Em um ensaio intitulado *Cultura: rebelde e ingovernável*¹⁹², Zygmunt Bauman destaca, através de uma reflexão de Neomi Klein, que a maioria das grandes corporações industriais não produzem mais o que produziam antes e nem fazem mais propaganda do que produzem ou produziam, mas compram produtos correspondentes e

¹⁹² Zygmunt Bauman, *Cultura: rebelde e ingovernável*, in: *Vida líquida*. 1ª edição, Jorge Zahar editor, Rio de Janeiro, 2005.

adicionam então sua marca. “A marca fixada no produto não agrega valor, mas é o próprio valor, o valor de mercado e, portanto, o único valor que conta, o valor em si”. (BAUMAN, 2005, p.82).

O *selo de responsabilidade cultural*, assim como as demais formas de reconhecimento oficial, agregam valor à marca empresarial. Esse valor é simultaneamente simbólico e econômico, os trânsitos entre um e outro, assim como a constituição de um e de outro, são dinâmicos e suas fronteiras tênues e imprecisas. Uma empresa que luta pela sustentação e utilização permanente desses selos e títulos públicos de reconhecimento é a *Petrobrás*. A empresa mantém um conjunto de ações de incentivo à produção cultural. Desde o final da década passada a empresa lidera, de forma absoluta, a lista das maiores patrocinadoras, sendo a lei Rouanet o dispositivo legal mais utilizado pela companhia.

Gráfico 19. Os seis maiores incentivadores de Cultura em 2007



Fonte: Salic/Minc

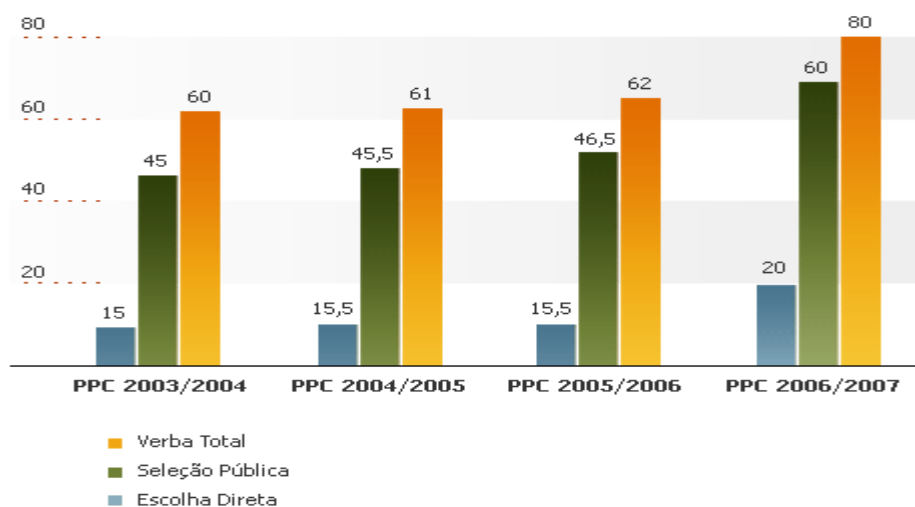
Em agosto de 2008 a empresa renovou um conjunto de documentos que estabelecem cooperação técnica entre a empresa e o Ministério da Cultura, além de um elenco de convênios que criaram dez editais em diferentes áreas e segmentos que totalizam um investimento de R\$ 28 milhões. No entanto, o núcleo da política cultural da companhia diz respeito ao *Programa Petrobrás Cultural*¹⁹³. O programa é baseado na publicação de editais públicos em áreas como cinema, artes cênicas, música, literatura e *patrimônio imaterial*. O programa apresenta uma estrutura organizacional baseada na seleção pública de projetos e na escolha direta, que totalizou em 2007 cerca de R\$ 160 milhões,

¹⁹³ www.petrobrascultural.org.br

distribuídas nas cinco regiões do país, sendo a região Sudeste, seguida pela região Nordeste, as que mais apresentam projetos e recebem recursos. No Nordeste, os Estados da Bahia, Pernambuco e Ceará são os que mais se destacam. O programa se interessa por um conjunto de conteúdos e tem lançado mão dos mais diferentes suportes técnicos.

O segmento de *patrimônio cultural imaterial* é um exemplo desse interesse diversificado. O programa tem patrocinado uma infinidade de CDs e DVDs portando os conteúdos das *culturas populares* espalhadas pelos rincões rurais do país, como o CD *alegremente cantando*, produzido na zona rural da cidade de Vitória da Conquista, no sertão baiano, que traz 21 faixas de músicas de ternos de reis, ou o CD que traz os cantos e repentes do concurso de cantadores e repentistas organizado pela Secretaria de Cultura de Pernambuco, em 2006. Os gestores e técnicos do programa, como se verá também no exemplo do Banco do Nordeste, inspiram-se nas políticas de *patrimônio cultural imaterial* implementadas no âmbito do Sistema Federal de Cultura, assim como uma compreensão de *cultura popular* marcada pela dimensão rural da experiência.

Gráfico 20. Evolução da verba total do Programa Petrobrás Cultural (R\$ milhões)



A ambivalência público|privada assinalada antes aparece aqui com contornos bem definidos. O financiamento é privado porque ele é realizado pela empresa, embora as maiores empresas incentivadoras sejam de capital misto, ou seja, as próprias empresas (como a *Petrobrás* e o *Banco do Brasil*¹⁹⁴), são simultaneamente públicas e privadas. Por outro lado, como se verá abaixo a partir do exemplo do BNDES, algumas empresas estatais

¹⁹⁴ Ver o gráfico.

atuam simultaneamente em duas frentes do financiamento cultural. Agem como patrocinadoras (lançando mão das leis de incentivo fiscal) e como investidoras que, mediante empréstimos a terceiros ou empregando recursos diretos, buscam obter ganhos econômicos através da produção cultural¹⁹⁵.

É a empresa que decide o que produzir, como produzir, a onde produzir, segundo os direcionamentos e diretrizes internas da organização. Ao invés de pagar o imposto devido, isto é, o tributo que é cobrado pelo Estado em cima da taxa anual de lucratividade da empresa, a mesma apresenta o resultado da sua produção (um *show*, um evento teatral, um programa mais duradouro, enfim, algo que justifique o desconto de uma parcela¹⁹⁶) como forma de substituição do pagamento líquido do tributo. Ao mesmo tempo, os recursos são públicos, pois são oriundos de impostos e, portanto, do direito de tributação assegurado pela constituição, mas também têm uma origem privada, pois incidem sobre o lucro das empresas, o que envolve a sua capacidade de gestão empresarial, de atuação no mercado e de lucratividade, e, portanto, de competência econômico-financeira. Essa imbricação confere as leis de incentivo à produção cultural um caráter inteiramente ambivalente.

Essa ambivalência corroborou para a instauração de uma racionalidade administrativa e publicitária antes desconhecida na esfera cultural. As leis de incentivo, como de resto todo o modelo de produção e financiamento cultural, acentuou o processo de expansão do mercado de bens simbólicos no Brasil¹⁹⁷. Um dos vetores que permitiram essa expansão e que hoje é parte constitutiva do mercado de bens simbólicos no país diz respeito à montagem de um acirrado sistema de lutas em torno dos bens de prestígio que asseguram legitimidade empresarial às marcas.

Como se evidenciou a partir da citação de Portela acima e da pesquisa realizada pela Universidade Federal Fluminense em parceria com o Instituto Cultural Cidade Viva¹⁹⁸, tornou-se uma preocupação permanente (objeto regular de pesquisas internas nas corporações) por parte dos gestores públicos e privados a manutenção de uma boa imagem associada à marca da empresa, algo que passa necessariamente pela possibilidade de sustentação de determinados títulos e prêmios, como os títulos de *empresa culturalmente responsável*, conferido, por exemplo, pela Secretaria de Cultura do Estado do Ceará. A

¹⁹⁵ O BNDES é um dos maiores investidores diretos na cadeia produtiva do audiovisual brasileiro, notadamente no que concerne a filmes nacionais, tendo participação direta nos ganhos e lucros desses filmes.

¹⁹⁶ Ver a tabela 06

¹⁹⁷ Acerca da gênese de expansão desse mercado no Brasil ver Renato Ortiz, *A moderna tradição brasileira*.

¹⁹⁸ Ver *Perfil das empresas patrocinadoras de cultura*.

necessidade de gestão cultural da marca engendrou também a produção de subsídios teóricos e técnicos (como as reflexões apresentadas antes por Portela) capazes de guiar as ações das empresas no segmento cultural. Durante essa década, foram publicados diversos guia de captação de recursos, cartilhas de instruções, guias de gestão cultural das marcas, assim como sítios na Internet e demais mídias¹⁹⁹.

Um exemplo que reclama um tratamento mais pormenorizado a esse respeito é fornecido pelas políticas culturais desenvolvidas pelo *Banco do Nordeste*. Em 2005 a instituição criou o *Programa BNB de Cultura*. Um dos principais critérios estabelecido pelo *Programa BNB de Cultura* do *Banco do Nordeste*, e que acentua essa dinâmica de gestão da imagem empresarial junto a um mercado institucional de marcas no Brasil, diz respeito ao potencial ganho de imagem do *Banco do Nordeste* que o projeto pode promover. Os projetos submetidos à apreciação do programa devem contar alguma indicação nesse sentido, ou seja, devem vincular o conteúdo desenvolvido e a linguagem artística trabalhada à instituição patrocinadora e ao *Programa BNB de Cultura*.

Em um dos trechos da entrevista concedida pelo coordenador do programa, Mário Nogueira²⁰⁰, o mesmo ressalta: “há também a variável de potencial de imagem do banco julgada pelo BNB. Os avaliadores eles tinham dificuldades porque diziam: ‘rapaz nós somos artistas’, aí agora é o banco, o pessoal da superintendência, os assessores, né, que vê se o projeto têm esse potencial de levar a imagem do banco lá pra a frente”. Levar a imagem do banco lá para a frente significa adicionar aos produtos e atividades financeiras do banco os signos e temas da *cultura popular sertanejo-nordestina*, isto é, significa aproximar, ou mesmo fundir, a imagem do banco com os *conteúdos, expressões e manifestações da cultura popular sertanejo-nordestina*.

O *Programa BNB de Cultura*²⁰¹, desde a sua primeira edição em 2005 até a última, em 2008, disponibilizou cerca de R\$ 11 milhões para as áreas de literatura, música, artes cênicas, artes visuais, audiovisual e artes integrada, baseada na captação de recursos mediante os editais de concorrência pública. O programa está organizado a partir de um edital anual de seleção de projetos culturais, que se inscrevem em uma das áreas listadas e,

¹⁹⁹ *Mercado Cultural*, Leonardo Brant, Instituto Pensarte; *Guia brasileiro de produção cultural 2007*, Edson Natale e Cristiane Olivieri; *Guia do incentivo à cultura*, Fábio de Sá Cesnik.

²⁰⁰ Entrevista realizada no dia 07 de agosto de 2008, na sede do Banco do Nordeste, em Fortaleza, CE.

²⁰¹ Nos dias 16 e 17 de abril de 2009 ocorreu, na sede do Centro Cultural do Banco do Nordeste, em Fortaleza, CE, o 1º *Seminário BNB de Política Cultural*, tendo como um dos temas do evento o *Programa BNB de Cultura*.

uma vez aprovados, se habilitam (de acordo com os procedimentos financeiros estabelecidos pelo banco) para receber os recursos. O programa integra as ações da instituição aquilo que a mesma nomeia de ambiente da cultura. Seguindo uma tendência das instituições de serviços financeiros, tal qual destacado por Chin-Tao Wo ao pesquisar os Estados Unidos e a Grã-bretanha, e também seguida no Brasil²⁰², o *Banco do Nordeste* criou os centros culturais de Fortaleza, CE, de Souza, PB, e do Cariri, região semi-árida localizada na fronteira dos Estados do Ceará, Piauí e Pernambuco.

Figura 27. Edição 2009 do Programa BNB de Cultura do Banco do Nordeste.



Fonte: Banco do Nordeste.

Os três Centros Culturais do Banco do Nordeste (CCBNBs) dinamizam a circulação dos bens e serviços culturais na região Nordeste, pois, como se verificou antes, operam como equipamentos culturais que abrigam diversas atividades artístico-culturais. Os centros possuem orçamentos próprios e dispõem de calendários de programação divulgados pelas peças e campanhas publicitárias do banco nas três micro-regiões que sediam os centros. Durante o ano de 2007 os recursos para os centros totalizaram R\$ 7,5 milhões, alcançando

²⁰² Ver, por exemplo, os centros culturais da Caixa Econômica Federal, do Banco do Brasil e também de instituições financeiras de controle privado, como os Bancos *Bradesco*, *Unibanco* e *Itaú*.

um público total, desde a criação do primeiro centro em Fortaleza, de mais de três milhões de pessoas²⁰³. Associado ao *Programa BNB de Cultura* e aos centros culturais, o banco disponibiliza no âmbito do *Crediamigo* (programa de micro-crédito produtivo da instituição) setores que podem receber recursos, como, por exemplo, artesanato, bandas de música, projeção de filmes, entre outros. Essas três ações compõem a política cultural do BNB.

O *Banco do Nordeste* é uma instituição financeira múltipla criada em 1952, atua como uma sociedade de economia mista de capital aberto, sendo o maior acionista e controlador direto o governo federal (94% do capital acionário). Hoje a instituição está vinculada ao Ministério da Fazenda como uma instituição de fomento e crédito regional. Possui 5726 funcionários, 181 agências, atendendo a 1989 municípios e 11 estados. O banco atua como instituição creditícia nas seguintes áreas: fruticultura, grãos, indústria, serviços, agricultura familiar, apicultura, pecuária, carcinocultura, comércio, floricultura, artesanato, turismo e cultura. Essas três últimas apresentam estreitas interfaces para a conformação da *economia da criatividade* na região Nordeste e suas respectivas *indústrias da criatividade*.

A política cultural da instituição é baseada na seleção pública através de editais. No que toca ao *Programa BNB de Cultura*, o edital do programa é acompanhado de oficinas de esclarecimento e divulgação do programa, realizado pelos técnicos do banco ligados ao programa nas cidades, estados e regiões atendidas pelo banco. As oficinas são reuniões de instrução e preparação junto aos grupos de artistas e intelectuais (na maioria das vezes associações, entidades e organizações de artistas, produtores, músicos, atores, etc), isto é, os proponentes, ligados à cultura *popular sertanejo-nordestina*. Dessas etapas, duas se destacam. Primeiro, o calendário, que estabelece todos os passos do processo de tramitação dos projetos; segundo, o julgamento, que consiste na aferição de notas por parte de uma comissão julgadora (composta por profissionais de cada uma das seis áreas artístico-culturais do programa) que contratada pelas representações do banco nos nove estados nordestinos, e mais as regiões norte dos Estados do Espírito Santo e Minas Gerais. Além das etapas, o programa estabelece, assim como os projetos submetidos à liberação de recursos juntos as leis Rouanet e do audiovisual, três fases de filtragem: apresentação, habilitação e seleção.

²⁰³ *Programa BNB de Cultura*, edição 2009, Banco do Nordeste: www.bnb.gov.br

Tabela 17. Edição 2007 do Programa BNB de cultura

ESTADO	HABILITADOS	SELECIONADOS
AL	5,0%	4,5%
BA	16,7%	14,1%
CE	19,3%	13,4%
ES	1,0%	2,5%
MA	7,5%	8,3%
MG	4,5%	7,6%
PB	6,9%	8,9%
PE	18,8%	12,7%
PI	3,8%	7,0%
RN	7,7%	14,6%
SE	4,9%	6,4%

Fonte: Programa BNB de Cultura.

O *Programa BNB de Cultura* está estruturado a partir de quatro eixos estratégicos: a valorização da cultura regional nordestina, o acesso democrático aos bens e serviços culturais gerados, transparência no controle e fiscalização dos recursos concedidos e a produção de resultados positivos para a população nordestina. De 2005 a 2008 o programa atendeu a 328 cidades e concedendo recursos 681 projetos culturais. Os quatro eixos de sustentação do programa guardam uma relação direta com o *repertório UNESCO*. Essa, como já se viu, porta uma teia discursiva que opera como um norte de justificação das políticas culturais em boa parte do mundo, notadamente nos chamados países em *desenvolvimento* (MACHADO, 2008). Na entrevista realizada com o coordenador do *Programa BNB de Cultura*, Mário Nogueira²⁰⁴, abre a sua fala acerca do programa enfatizando da seguinte maneira o primeiro eixo organizacional e operacional do mesmo.

Então, quando foi em 2005, o banco criou o programa BNB de cultura, que foi baseada em quatro pilares. O primeiro pilar dele é focar a cultura regional nordestina, quer dizer, hoje o banco atua, além de todos os Estados do Nordeste, ele atua também no Norte de Minas Gerais e o Norte do Espírito Santo que também têm características do Polígono das Secas. Ai os projetos desse programa, eles devem ser focados na região nordestina ou no Norte de Minas e do Espírito Santo. Isso ai não significa dizer que pessoas de outras regiões e outros estados não possam participar, agora só que o peso é menor. Agora se a pessoa, por exemplo, na região Sul quiser fazer um trabalho sobre a cultura

²⁰⁴ Entrevista realizada no dia 07 de Agosto de 2008, na sede do Banco do Nordeste, em Fortaleza, CE.

nordestina para ser disseminada lá, aí o peso é o mesmo de se fazer um trabalho na região Nordeste. (NOGUEIRA, 2008)

O que Nogueira destaca é que o Banco criou como um dos eixos prioritários de organização e operacionalização do programa para a valorização da *cultura popular sertanejo-nordestina*. As seis linguagens selecionadas pelo programa (artes cênicas, artes visuais, artes integradas, audiovisual, música e literatura) mobilizam diretamente os conteúdos daquilo que, ao longo do processo de modernização nacional, se convencionou chamar de *cultura popular nordestina*. Por exemplo, na categoria artes cênicas (a primeira com o maior número de projetos apresentados e aprovados) predominam projetos teatrais inspirados na literatura de cordel, ou seja, no vasto repertório de histórias populares disseminadas através dos folhetos de cordel. Na categoria música, por seu turno, predomina o gênero musical *farró-baião*, que compõe a montagem dos festejos juninos (muito presente também na categoria artes integradas).

A necessidade da vigilância permanente quanto às classificações envolvendo as linguagens artísticas e suportes físicos ganha aqui maior clareza. Embora o programa não setorize a *cultura popular ou as tradições populares* (como fazem alguns programas²⁰⁵), criando uma classificação específica²⁰⁶ para agregar os conteúdos produzidos por esses setores, a prioridade do programa é a promoção e fomento dos conteúdos classificados e legitimados como representantes “genuínos” da *cultura popular sertanejo-nordestina*. Assim, as linguagens travam um diálogo direto com certos conteúdos e aspectos das narrativas identitárias sertanejo-nordestinas. Uma outra exigência do programa, que reforça o primeiro pilar destacado por Nogueira, é que os projetos devem partir de municípios com até cem mil habitantes. Segundo o IBGE²⁰⁷, cerca de 35% da população nordestina vive em cidades com até 100 mil habitantes. É fácil perceber que o filtro estabelecido pelos técnicos e gestores do programa compreendem que a *cultura popular e|ou regional* possui um vínculo direto com a dimensão rural, e que essa dimensão deve ser privilegiada – tanto no que diz respeito à dinamização de um mercado de bens simbólicos associado à marca do banco nesses municípios, quanto a possibilidade complementar de nutrir os processos criativos nesses locais – nas políticas culturais da instituição.

²⁰⁵ Por exemplo, o programa *Fazcultura*, da Secretaria da Cultura do Estado da Bahia.

²⁰⁶ também o programa *Petrobrás cultural*.

²⁰⁷ www.ibge.gov.br

Cerca de 70% dos projetos apresentados junto ao programa são apresentados por pessoas jurídicas. São associações de artistas, entidades culturais, prefeituras, secretarias estaduais de cultura, clubes de cinema, sindicatos de atores, centros culturais, sociedades de amigos da cultura, entre muitos outros, que se habilitam e concorrem em uma das seis categorias. Há uma rede, concentrada principalmente nos estados do Ceará, Bahia e Pernambuco, de profissionais da cultura ligados à *cultura popular sertanejo-nordestina*, cuja tessitura depende do grau de interdependência entre os três eixos de organização da economia da cultura no Brasil. Os três eixos concorrem, como se verificou na seção na primeira seção deste capítulo, para o recrudescimento do processo de profissionalização da cultura no Brasil, agora a profissionalização da *cultura popular sertanejo-nordestina*.

O *Programa BNB de Cultura*, nesse sentido, opera como uma síntese entre os eixos de organização dessa economia. Como empresa controlada pelo Estado, o banco produz, consome e promove (mediante seus centros culturais) a circulação de bens e serviços culturais que portam aspectos da cultura regional; ao fazê-lo, dinamiza determinados nichos de consumo simbólico que se constituem a partir do cruzamento das políticas culturais públicas privadas e das empresas e organizações culturais privadas, resultando na conformação e consolidação de ciclos de entretenimento e diversão, como os festejos juninos.

Figura 28. A volta do lambe-lambe. Programa BNB de Cultura.



Fonte: Banco do Nordeste.

Por outro lado, o *Programa BNB de Cultura* apresenta-se como um índice de imbricação direta entre as das duas categorias de direitos culturais destacadas na primeira seção deste capítulo. Como instituição estatal pública que mantém um programa regular de cultura, o Banco do Nordeste está alinhado às diretrizes das políticas culturais federais implementadas pelo Ministério da Cultura²⁰⁸, assim enfatiza a primeira categoria de direito cultural ao criar condições para a promoção, atualização e consolidação das matrizes *culturais sertanejo-nordestinas* (ou seja, desdobrando o registro do direito à *identidade*). Por outro lado, desdobra também a segunda categoria, ao possibilitar mecanismos de acesso (centros culturais e exigência de projetos originários de médios e pequenos municípios) aos bens e serviços culturais que portam em suas linguagens e conteúdos as matrizes da *cultura popular sertanejo-nordestina*.

Seguindo essa mesma senda, na entrevista concedida por Nogueira, o coordenador do *Programa BNB de Cultura* menciona que o Banco do Nordeste está realizando um conjunto de parcerias para obter recursos de outras instituições da administração federal, como por exemplo, o BNDES. Segundo Nogueira, já há alguns convênios envolvendo o BNB e o BNDES nesse sentido, sendo que esse último tem interesse em aportar recursos para a cultura mediante o Banco do Nordeste, devido à capilaridade e legitimidade da instituição na região²⁰⁹. A perspectiva apontada por Nogueira é que os convênios celebrados venham a destinar cerca de R\$ 6 milhões a mais para o *Programa BNB de Cultura* em 2009.

Em 2006 o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) criou o Departamento de Economia da Cultura, estabelecendo linhas de crédito para alguns setores, como, por exemplo, o audiovisual, âmbito no qual foi criado o Procult|Audiovisual, destinado a dinamizar a cadeia produtiva do audiovisual e orçado em cerca de R\$ 175 milhões. O Decult (Departamento de Economia da Cultura) está dividido em duas gerências. A Gerência de Comunicação e Cultura, que trata dos aspectos ligados ao patrocínio, através da utilização das leis de incentivo ou de recursos próprios, e a Gerência de Investimentos, que destina, na forma de empréstimos e créditos acionários, recursos para determinados segmentos, como cinema, televisão e música.

O DECULT apresenta um caráter bifronte, atua como patrocinador (inserindo o BNDES no elenco das empresas patrocinadoras que lançam mão das leis de incentivo fiscal) e

²⁰⁸ Programa de capacitação em projetos culturais. Realização Ministério da Cultura em parceria com a CNI, SESI e BNB.

²⁰⁹ Entrevista realizada no dia 07 de agosto de 2008, sede do Banco do Nordeste, em Fortaleza, CE.

como investidor, ou seja, como um empreendedor de determinados projetos culturais, que tem participação nos lucros e ganhos econômicos. A primeira gerência abriga uma concepção mais ampla de *cultura*, que está ligada as novas relações entre *cultura e desenvolvimento* a partir do registro de *cultura* como “a finalidade do desenvolvimento entendido como o florescimento da existência humana em suas múltiplas formas” (Sahlins, 1994, p.29).

Ao atuar de acordo com a modalidade patrocínio (uma das que compõem o mecenato) através das leis de incentivo, a gerência transfere dinheiro público (já que o BNDES é uma empresa estatal), ao contrário do que ocorre com as empresas privadas, para a produção cultural, explorando publicitariamente o prestígio dos bens culturais. Por outro lado, a segunda gerência, ao atuar diretamente como empreendedora (através da concessão de empréstimos e do investimento direto) acentua o segundo registro da relação entre *cultura e desenvolvimento*, destacado por Sahlins: “e a cultura um aspecto ou instrumento do desenvolvimento entendido como progresso material” (SAHLINS,1994, p.29).

O elo entre BNB e BNDES leva a perceber como essa interface consubstancia a dilatação do conceito de *desenvolvimento* trabalhado na primeira seção deste capítulo. Nos documentos de justificação das políticas implementadas por essas instituições a aproximação entre *cultura e desenvolvimento* é patente. Ambos deixam claro que a noção convencional de *desenvolvimento* (que podemos chamar de clássica, e que está ligada ao crescimento econômico e material) deve ser ampliada, ou seja, para uma noção mais dilatada e integradora, realizadora das potencialidades humanas, tal como ressalta Sahlins. No entanto, tal como foi evidenciado a partir a tessitura do *repertório discursivo UNESCO*, a noção clássica de *desenvolvimento* não desaparece. Ela está, como atesta a criação do Departamento de Economia da Cultura e sua Gerência de Investimento, presente no desenho geral das políticas culturais públicas, assim como sua dimensão contemporânea mais dilatada aparece no *Programa BNB de Cultura*, abrigando as duas categorias de direitos culturais assinaladas.

É emblemático que o BNDES tenha criado um departamento específico para economia da cultura e que, no interior desse departamento, existam duas gerências com concepções distintas acerca da relação entre *cultura e desenvolvimento*. As duas concepções, como a citação de Marshall Sahlins demonstra, se acomodam dentro da operacionalização do DEULT|BNDES. Essas duas concepções se devem a dilatação do conceito de

desenvolvimento que integra o próprio nome da instituição, e que dependeu diretamente da mudança de concepção no pensamento de um dos maiores teóricos e técnicos do *desenvolvimento*, Celso Furtado.

IV Capítulo. Os consumidores de emoções: consumindo “autenticidade” e experimentando o sertão.

*Os burgueses, outrora, foram os inimigos mortais
Dos românticos. Ou melhor, eles apenas pareciam sê-lo
Agora sabemos que os românticos eram burgueses e que
Os burgueses eram românticos, a um ponto considerável,
Muito mais do que nós (e, naturalmente, do que eles próprios)
Estamos acostumados a pensar.*

John Lukács

*Talvez não exista pior privação, pior carência que a dos
perdedores na luta simbólica por reconhecimento, por acesso
a uma existência socialmente reconhecida,
em suma, por humanidade*

Pierre Bourdieu

De onde vem o baião? De baixo do barro do sertão.

Luiz Gonzaga

Este capítulo tem como objetivo agrilhoar as reflexões e os dados apresentados nos capítulos anteriores ao movimento de circunscrição de determinados nichos e circuitos de consumo simbólico. O capítulo busca preencher algumas lacunas surgidas no decurso da argumentação debulhada antes. Assim, o mesmo busca evidenciar como a constituição específica de uma *estrutura social de personalidade, habitus* (ELIAS, 1997, BOURDIEU, 2006), deve parte de sua estruturação à experiência contemporânea do consumo de determinados bens e serviços culturais, notadamente os conteúdos da *cultura popular sertanejo-nordestina*. Para tanto, lançará mão de algumas reflexões e discussões inscritas na teoria sociológica contemporânea acerca do consumo simbólico.

Seguindo esse diapasão, é preciso se perguntar sobre as condições sociais de produção dos consumidores que dão vida a mercados simbólicos específicos. Objeto das contundentes reflexões de Zigmunt Bauman, o consumo contemporâneo é para o sociólogo polonês não mais um processo que implica consumir objetos, mas um fenômeno que

consiste em acionar narrativas de vida. Para Bauman, os consumidores pós-modernos²¹⁰ mais do que comprar e possuir bens são eles colecionadores de emoções (BAUMAN, 2005). Para que essa assertiva de Bauman se torne clara é necessário, no entanto, debruçar-se sobre a emergência do hedonismo contemporâneo e, portanto, sobre às diversas maneiras de experimentação e fruição simbólico-cultural.

Colin Campbell assinala que o hedonismo pré-moderno ou tradicional abrigava um envolvimento maior com as diversas formas de prazer, e não propriamente com o prazer em si. Estava em jogo, segundo o autor, a frequência com que os indivíduos obtinham prazer, ou seja, a regularidade de se retirar prazer e satisfação de práticas sexuais, degustativas, estéticas, entre outras. Nesses termos, seria possível, segundo o autor, pensar em um índice hedonístico, cujo cume seria alcançado pela variedade de práticas frutivas, mas, sobretudo pela manutenção contumaz dessas práticas.

A manutenção dessas práticas, objeto de uma conduta instilada em todos os espaços sociais e no cotidiano da vida, talvez tenha se cristalizado de maneira mais acabada no consumo do luxo ostentativo dos estratos nobres e aristocratas das *configurações cortesãs* do século XV ao XIX (ELIAS, 1997). O autor sugere que o hedonismo tradicional estava ligado a uma valorização da quantidade e não propriamente da qualidade. Seguindo essa senda, Campbell sustenta que a chave para se compreender o hedonismo moderno-contemporâneo está no deslocamento da valorização das sensações para as emoções.

Que as emoções têm o potencial de servir como fontes imensamente poderosas de prazer se conclui diretamente de serem elas estados de alto incitamento: a intensa alegria ou medo, por exemplo, produz uma série de mudanças psicológicas nos seres humanos que, por puro poder estimulativo, excedem qualquer coisa gerada apenas pela experiência sensorial. Isso é verdade seja qual for o conteúdo da emoção. (CAMPBELL, 2001, pg 103).

O que Campbell procura demonstrar é que o hedonismo moderno é arrastado em seu cotidiano por uma busca de prazer mais duradoura e intensa. Os estímulos sensoriais e as sensações momentâneas são capazes de - aliadas a outras experiências de fruição e gozo - conformar certas pautas emocionais, no entanto, cada vez mais essas pautas emocionais vão dispensando determinados estímulos exteriores. O que o autor persegue é que a

²¹⁰ Bauman vê a pós-modernidade não só como uma discussão teórico-filosófica, mas como uma realidade empírica instaurada e legitimada através de um conjunto de práticas e éticas de vida que a difere em muito do movimento da modernidade, que segundo o autor passou a se esgotar a partir dos anos setenta do século XX.

estruturação do hedonismo moderno produz e é produzido por novas formas de elaboração da imaginação e do poder de fantasiar que concede aos indivíduos novos mecanismos de individualização, “os indivíduos empregam seus poderes imaginativos e criativos para construir imagens mentais que eles consomem pelo intrínseco prazer que elas proporcionam, uma prática que se descreve melhor como a de devanear ou fantasiar” (CAMPBELL, 2001).

O raciocínio é desdobrado nos seguintes termos. A produção incessante de infinitos meios de suscitar imagens e narrativas fantasiosas faz do hedonista moderno, situado entre os mais variados *grupos de status* (WEBER, 1984), um artista da imaginação, como uma espécie de artista do sonho, que se vê enredado em formas de produção de volições, de necessidades afetivas e incessantes demandas de significado, que obtém prazer da criação de novos desejos, da busca por experimentar emoções passadas, perdidas e futuras. “O hedonista moderno é alguém que tira imagens da memória ou das circunstâncias existentes e a redistribui ou as aperfeiçoa de uma outra maneira de outra maneira em sua mente, de tal modo que elas se tornem distintamente agradáveis” (CAMPBELL, 2001, p.139).

O autor sentencia que o hedonismo moderno se diferencia das outras práticas pré-modernas de consumo fundamentalmente pelo prazer imaginativo que enseja. Assim, não são os produtos, os bens e os objetos que movem o consumidor, mas antes os prazeres imaginativos associados a esses objetos|produtos e suas marcas, ou seja, os ideais ético-estéticos que essas marcas suscitam. Essa indistinção leva, segundo o autor, a interpretações equivocadas de que os consumidores contemporâneos possuem um desejo incontrolável de obter objetos e bens. O sistema de motivações que os levam a tais bens é a possibilidade de experimentar os dramas agradáveis que esses bens suscitam na imaginação.

Para Campbell a chave de compreensão do consumo moderno-contemporâneo está na dinâmica da tensão entre realidade e ilusão. Não obstante, essa tensão é apenas aparente e se acomoda a diversas circunstâncias, dentro mesmo das experiências frutivas. As experiências reais são ajustadas às expectativas da imaginação, desdobrando-se em algo que, embora não tenha sido vivido concretamente, passa a compor um acervo de experiências. O que está em jogo na montagem desse acervo de experiências é a indistinção entre fantasia, especulação, realidade e imaginação. Ora, sendo o consumo moderno um sistema de práticas de fruição que consiste na busca do prazer mentalístico,

sendo constituído pelas diversas formas de produção da imaginação, resta-nos perguntar sobre as condições de produção dessa imaginação.

O caminho é oferecido não por outro senão por Walter Benjamin. Em seu breve ensaio sobre a história da fotografia, o crítico alemão vaticina: “o analfabeto do futuro não será quem não sabe escrever, e sim quem não sabe fotografar”. Esse vaticino nunca foi tão verossímil. No último trecho de uma citação, retirado do mesmo ensaio, transcrito no primeiro capítulo deste trabalho, Benjamin assinala que a diferença entre técnica e magia é uma variável totalmente histórica (BENJAMIN, 1980). No ensaio supracitado, ao se referir à técnica o crítico concentra suas reflexões na fotografia. O faz à luz de uma chave interpretativa que consiste em demonstrar como a formação de novos dispositivos técnicos de produção e reprodução artístico-culturais surgidos no século XIX corroboraram para circunscrever uma esfera propriamente cultural, distinta e apartada da esfera mágico-religiosa; mas que, no entanto, essas esferas, a depender das vicissitudes históricas, estão ligadas, precisamente pela relação que ambas guardam com o caráter místico-aurático dos conteúdos religiosos e culturais.

Diria, segundo as pistas de Campbell, que, se os consumidores que integram o hedonismo moderno-contemporâneo são consumidores que retiram seu prazer da imaginação, suscitada pela experiência de emoções pregressas e pelo desejo de repeti-las, imaginação e emoção estão indissociavelmente ligadas ao consumo dos conteúdos artístico-culturais dos diversos bens simbólicos contemporâneos. Em outros termos, a construção da *estrutura de emoções* (ELIAS, 1997), que instilam toda sorte de fantasias e fluxos imaginativos, que renovam e conferem novos contornos a intersubjetividades de grupos e frações de classe, se realiza mediante as experiências sonoras, lúdicas, imagéticas, entre outras, conformando diferentes *estruturas de sensibilidade* (ELIAS, 2001), todas atravessadas pelo apreço conferido às atividades artístico-culturais, que, nessa direção, podem ser aprendidas como verdadeiras *usinas de emoções* (BOURDIEU, 2005).

Em um recente ensaio²¹¹ que busca matizar suas principais reflexões acerca do consumo contemporâneo, Bauman sustenta que a lei de ferro da *sociedade de consumidores* é a conversão dos próprios consumidores em objeto de consumo. A moeda de troca que circula como mercadoria central desse mercado é a subjetividade do próprio consumidor que é, simultaneamente, sujeito e objeto do consumo. Assim, os consumidores

²¹¹ Zygmunt Bauman, *Vida para o consumo*, 2007.

contemporâneos aferram-se, de maneira contumaz, à construção das subjetividades e, ao mesmo tempo, ao fazê-lo buscam consumir outras subjetividades. O processo de construção dessas subjetividades, como se pode inferir, passa pelos processos de reassignificação das memórias coletivo-individuais e atualização das identidades étnicas, sexuais, locais, nacionais, entre outras.

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem se primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A “subjetividade” do “sujeito”, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim pra ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. (...) Os membros das sociedades de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. Tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo que em geral latente, e quase nunca consciente. (BAUMAN, 2007, pg.20).

A partir do acento de Bauman, a condição de possibilidade de se tornar sujeito (seja uma agente político-social constituído, como categorias profissionais, grupos de afirmação étnica, movimentos de reivindicação dos direitos homossexuais, seja a partir de demandas afetivo-existenciais que, direta ou indiretamente, estão ligadas as primeiras) na *sociedade de consumidores* é, necessariamente, tornar-se objeto, ou seja, dispo-se no mercado amplo e multifacetado das subjetividades. Essa última é, para Bauman, assim como ara a mercadoria na *sociedade dos produtores*²¹², convertida em uma categoria de autoridade sobre-humana na *sociedade de consumidores*. Esquece-se do caráter profundamente contingente e socialmente construído da subjetividade, elidindo seu traço demasiadamente humano (BAUMAN, 2007).

Esse processo é apanhado pelo autor segundo a categoria de *fetichismo da subjetividade*. Esse fetichismo se expressa de maneira mais evidente na chamada *cibervida* (BAUMAN, 2007). *A cibervida* diz respeito aos múltiplos processos de relacionamento virtuais que os indivíduos mantêm na rede mundial de computadores. Consiste na manutenção sistemática de espaços virtuais pessoais, como, *orkut*, *blogs individuais*, páginas de grupos e *sites* de relacionamento em geral, cujo fim é extremamente diversificado: conhecer pessoas; representar personagens; encontrar antigos amigos e

²¹² Em seus trabalhos Bauman costuma também utilizar a categoria mais abrangente de *modernidade sólida* para se referir a sociedade de produtores.

familiares; realizar contatos profissionais; divulgar produtos e serviços, entre muitos outros, inclusive tudo conjuntamente. Segundo Bauman, os elos que formam a longa esteira do hedonismo moderno se estreitam à medida que cada vez mais pessoas|consumidores passam por essa esteira.

Os *blogs*, as páginas individuais e os *sites* de relacionamentos são alimentados por um cotidiano prosaico de informações que passam pela representação de um *estilo de vida* (BOURDIEU, 2006) administrado e gerenciado por todos, cuja emoção é vivida ali de acordo com o circuito de boatos e fofocas que aquele espaço encerra. Esse cotidiano virtual, vivido com todo realismo e tensão conferido aos demais processos sociais, é experimentado de acordo com a intensidade de emoções que costumam engendrar. O móvel constitutivo dessas emoções são discussões coletivas (que alcançam os mais variados temas), vídeos, músicas, fotografias, imagens de viagens, de *shows*, de espetáculos, de atividades artístico-culturais, de eventos, festas, enfim, de toda uma sorte de atos e práticas que os suportes tecnológicos possam capturar, produzir e transmitir.

A *cibervida* se aproxima bastante do que Manoel Castells denominou de *cultura da virtualidade real* (CASTELLS, 2002), embora essa última detenha um caráter mais dilatado do que àquele conferido por Bauman em seu conceito. A manutenção reflexiva de práticas virtuais que se nutrem de um interesse cada vez maior pelo outro e, por conseguinte, por si mesmo, acentua a capacidade de produzir toda sorte de imaginações, cujas implicações concretas podem ser mensuradas pela expansão de usuários dessas tecnologias digitais em todo o mundo, pelos efeitos práticos que produzem na vida cotidiana dos indivíduos e pela muitas demandas que ensejam como os controles cognitivos dos códigos simbólicos e informacionais. Todos esses processos podem levar ao que Bauman chama de morte social, isto é, o não controle da *cibervida* ou, o que é pior, a ausência de uma *cibervida*, pode conduzir a derrotas nas lutas permanentes por reconhecimento e *distinção* (BOURDIEU, 2006).

Tanto o conceito de *cibervida* quanto o de *cultura da virtualidade real* possuem afinidades com a categoria de *política-vida* burilada por Anthony Giddens. O princípio gerador e núcleo do que Giddens chama de *projeto eu* e|ou *política da auto-identidade* repousam na conversão das questões políticas em questões de fórum pessoal, isto é, questões que se tornaram, desde o final dos anos sessenta do século passado, em questões individuais, ou melhor, questões que foram se individualizado e, com efeito,

transformando o conteúdo e a forma daquilo que até àquela década era concebido e classificado como político. Os agentes|sujeitos mais decisivos para a emergência e consolidação desse processo, segundo Giddens, foram o movimento estudantil e o movimento feminista. Esse último ainda mais, pois ao concentrar as estratégias de libertação do sistema de dominação masculino na liberdade de dispor sobre o gerenciamento do próprio corpo, conquistando o direito de praticar abortos, de lançar-mão de práticas de fertilização, de métodos anticoncepcionais, etc., acabou por forjar novas tramas relacionais que modificou o conteúdo e a experiência da sexualidade de homens e mulheres em todo o mundo e, por conseguinte, dos mecanismos de dominação entre os gêneros (GIDDENS, 1999).

Não é preciso dizer que os rebatimentos dessas lutas consolidaram um acervo de direitos coletivos que tiveram implicações no âmago mais íntimo dos indivíduos. Se a construção da subjetividade passa inevitavelmente pelas experiências sócio-históricas do corpo, a *política-vida* assinala uma *configuração* (que envolve a *cultura da virtualidade real* e seus desdobramentos político-econômicos, assim como a *cibervida*) em que as decisões mais individuais sobre o corpo são tomadas e sedimentadas mediante a construção de um determinado *estilo de vida* e o pertencimento a um determinado *grupo de status* (WEBER, 1984), que não é outra coisa senão a totalidade das práticas de consumo, notadamente o consumo do outro, das subjetividades alhures, ou para continuar nas categorias de Giddens, dos demais *projetos de eu e de auto-identidade*.

A política vida é a política do estilo de vida no sentido sério e rico. Para dar uma definição formal: referem-se a questões políticas que fluem a partir dos processos de auto-realização em contextos pós-tradicionais, onde influências globalizantes penetram profundamente no projeto reflexivo do eu e, inversamente, onde os processos de auto-realização influenciam as estratégias globais (GIDDENS, 1999, pg. 197)

Filtrando as reflexões de Benjamin, Bauman e Giddens, é possível puxar um fio que integra uma teia antes trabalhada. O consumo das subjetividades escava rotas de fantasias por onde passam também os fluxos imaginativos, burilando um acervo de emoções e sentimentos inéditos e adicionando outras matizes já bastante conhecidas, como o amor, o orgulho coletivo e individual, o medo do não-reconhecimento, entre outros. É mediante as novas tecnologias digitais, suas diversas formas de usos e contra-usos, que o dueto *emoção|imaginação* problematizado por Campbell ganha densidade e se inscreve na

configuração da política-vida, que não é outra coisa senão a política do corpo, ou seja, a política de exposição e manutenção de uma dada idiosincrasia. Como tal, sendo uma política do corpo, consiste em gerir e construir uma *identidade (o projeto de eu)*, cujas predileções últimas são conferidas pelo gosto, ou seja, por um sistema de *distinção* (BOURDIEU, 2006) que envolve uma infinidade de aspectos, mas que não pode prescindir das novas faces do multifacetado processo de *industrialização do simbólico*.

O reconhecimento do vaticínio de Benjamin acerca do analfabetismo fotográfico feito acima não é apenas uma constatação desprezível. A construção de uma determinada subjetividade envolve a adesão a um *estilo de vida* específico, que passa, no caso aqui explorado, pela manutenção de uma *cibervida*, cujo aspecto central é consumir a si e aos outros mediante representações do eu e do *eu-nós* (ELIAS, 1997). Ora, tanto os aspectos mais íntimos quanto aqueles considerados mais coletivos e abstratos encontram na *cibervida* seu lugar de debate e realização por excelência, ou seja, acentua a tendência da *política-vida* de conversão de questões políticas em pessoais e vice versa, sendo assim, é mister perguntar: há um tema da *política-vida* que desperte mais interesse dos agentes da *cibervida* do que a *identidade*, pensada como um amálgama de processos subjetivos e objetivos.

As *identidades*, ou para usar uma categoria bastante utilizada por Elias, as *auto-imagens*, fazem parte dos mesmos complexos relacionais de formação do gosto. O espaço social denominado por Bauman de *cibervida* é o grande espaço contemporâneo de visibilidade desse dueto *gosto|identidade*, mas, para se realizar como tal, ele carece de outras mediações, que não são nem mais nem menos empíricas, nem mais nem menos reais, apenas abrigam experiências distintas. Grande parte dos *blogs* pessoais e dos *sites* de relacionamento são abastecidos com imagens e vídeos feitos pelos próprios usuários|atores, que narram suas experiências de fruição (*shows*, festas populares, espetáculos, manifestações artísticas, expressões estéticas, entre outras) no cotidiano virtual, dinamizando o movimento de formação do *gosto|identidade*. Essas experiências são capturadas (ou seja, armazenada em uma unidade de memória digital) a partir dos diversos suportes digitais de câmara, vídeo e áudio. À luz do que foi mobilizado aqui, é sugestivo indagar: existe um meio mais poderoso de formação da imaginação e, por conseguinte, de construção dos conteúdos emocionais (entre eles, a valorização das *identidades* coletivas e individuais) do que os suportes técnico-digitais de captura e

profusão de imagens? Suponho que Benjamin tenha acertado no alvo quando vaticinou que “o analfabeto do futuro não será aquele que não sabe escrever, e sim quem não sabe fotografar” (BENJAMIN, 1987).

Em seu principal trabalho acerca da emergência do hedonismo moderno²¹³, Campbell explora a chave, a seu juízo bastante incomum na literatura sociológica, de que a procrastinação existente entre as camadas protestantes que deram vida ao espírito do capitalismo durante os séculos XVI, VXII e XVIII engendrou no final do século XVIII reações em direção à *febre do consumo* (CAMPBELL, 2001). Assim, se o adiamento das satisfações e vontades, tão comum entre os artífices do espírito do capitalismo e tão decisiva para a sedimentação do senso de poupança e previdência, se consolidou e se expandiu entre muitos grupos e estratos sociais, após as transformações político-econômicas do século XIX, outros estratos sociais passaram a atuar no sentido oposto.

Grande parte desses estratos, boa parte localizados na Inglaterra, Alemanha e França, se constituíram sob a égide de uma feroz crítica político-cultural à tríade representada por iluminismo|capitalismo|materialismo. Essa crítica foi levada a cabo não por outro senão o romantismo de matriz alemã, que na segunda metade do século XIX se expandiu por vários centros europeus e latino-americanos. Como se tratou de um movimento que penetrou diversas linguagens estético-artísticas (literatura, música, teatro, poesia, entre outras), o romantismo teve efeitos e conseqüências práticas nas *éticas de vida* e nas *estruturas de sentimento* (WILLIAMNS, 2005) de diferentes camadas e segmentos sociais, cujos impactos variaram sempre do grau maior ou menor de envolvimento com as instâncias de consagração: escolas, academias e universidades. Segundo Campbell, as *afinidades eletivas* entre a ética romântica, isto é, uma reação à centralidade da razão econômica e do imperativo instrumental do cálculo na vida moderna, aliado ao desejo de autonomia das atividades artístico-culturais, engendrou uma disposição para o consumo que fez da *ética romântica* o principal agente do espírito do consumo moderno (CAMPBELL, 2001).

Ao não explorar essa chave, assinala Campbell, muitos autores perdem de vista as tramas de formação do que a literatura costuma chamar de *revolução do consumidor* no século XIX²¹⁴. É patente como Campbell é tributário do desenho teórico-metodológico esculpido por Weber. Parte desse último para compreender a constituição dessas éticas e

²¹³ Campbell, *A ética romântica e o espírito do consumo moderno*.

²¹⁴ Muitos autores, Veblen (1977), Gay (1999), Douglas (2000), situam esse período, mais precisamente a segunda metade do século XIX, como o grande momento de crescimento do fenômeno do consumo.

desses sistemas de disposição, que condensam, em última análise, o desafio de compreender também a gênese da *sociedade de consumidores*²¹⁵ e, por conseguinte, seu grande interesse pelo outro e pela subjetividade alheia.

Campbell parte de Weber da seguinte forma. O autor identifica que os movimentos político-culturais dos anos sessenta possuíam uma matriz profundamente romântica (notadamente nas saídas políticas que apresentavam contra o sistema de dominação que partia da chamada *indústria cultural*), e que esse romantismo estava, por seu lado, estritamente ligada ao consumo, formando uma *ética de vida* demasiado importante para a formação dos grupos de *contra-cultura* e para as transformações político-sociais tributárias daquela década. O autor formula, assim, a seguinte hipótese: “Se romantismo e consumo estavam tão associados na década de sessenta, quem sabe, então, sempre estivessem estado? Talvez houvesse uma ética romântica operando a promoção do espírito do consumismo, exatamente como Weber postulou que uma ética puritana promoveu o espírito do capitalismo?”. (CAMPBELL, 2001). De posse dessa hipótese, o autor se depara diante daquilo que chamou de quebra-cabeça sociológico.

Se o romantismo, com o eu imaginava, serviu para facilitar o surgimento da conduta do consumidor moderno na Inglaterra do final do século XVIII e início do século XIX, para legitimar, na verdade, uma “ética do consumidor”, então como podia uma ética diametralmente oposta “ética da produção”, que provinha do protestantismo, ter estado atuando no mesmo lugar, e ao mesmo tempo? Havia efetivamente duas éticas sociais, opostas na forma e existindo lado a lado, uma legitimando a produção, a outra o consumo? Se era essa a verdade, havia também dois grupos sociais agindo como os respectivos portadores da cultura? A tese de Weber havia ligado claramente a ética da produção à burguesia nascente, de modo que talvez a ética do consumo se ligasse a aristocracia? Mas, então, a evidencia indicava que o novo surto de procura provinha dos novos ricos. Era essa uma conclusão que dava a entender que a burguesia abraçou a ética protestante e uma ética de consumo, uma visão coerente com o que eu sabia ser o caráter predominante de classe média do movimento romântico, mas que conduzia, por sua vez, a um novo quebra-cabeça sociológico. (CAMPBELL, 2001, pg. 19)

O quebra-cabeça sociológico mencionado por Campbell não constitui propriamente uma novidade, a rigor, já foi montado e desmontado por outros autores. Por exemplo, Elias

²¹⁵ A maioria dos autores ocupados com o tema do consumo prefere utilizar a categoria de sociedade de consumo, em vez de sociedade de consumidores. Essa categoria, no entanto, é utilizada por Bauman para exprimir, segundo o autor, a autonomia alcançada pelos consumidores e, sobretudo, para demarcar uma distinção básica: consumo houve desde sempre, em diversas configurações e períodos, no entanto, uma sociedade sustentada em grupos e indivíduos especializados no consumo é produto na *modernidade líquida* ou pós-modernidade. Segundo Bauman, diferentes de outras épocas e configurações, o consumo é a base de sustentação e organização da vida social pós-moderna, atravessando e constituindo a tudo e a todos.

demonstra como as classes médias francesas ascendentes do século XVIII, tanto antes quanto após Revolução Francesa, mantinham um alto padrão de consumo do luxo (roupas, comidas, bebidas, móveis, meios de locomoção, etc) a fim de constituir um *estilo de vida* que lhes permitissem o ingresso mais ou menos digno nos círculos cortesãos. Com efeito, mesmo após consolidar o poder político-econômico durante o século XIX, as classes médias burguesas em ascensão mantinham-se presas a um sistema de dominação simbólica que os impelia à utilização de um conjunto de códigos (o sistema de etiqueta, por exemplo) produzidos e geridos pelas aristocracias descendentes. Assim, o consumo conspícuo e luxuoso do período, que, segundo o próprio Campbell, consistia em uma modalidade baseada nos estímulos sensoriais, era matéria recorrente dos recursos nas guerras por reconhecimento e *distinção* (BOURDIEU, 2006).

Por outro lado, e este aspecto também aparece na obra de Elias²¹⁶ e de outros autores, como Peter Gay²¹⁷, as classes médias burguesas ascendentes dos séculos XVIII e XIX compunham, ainda que dentro do mesmo país, um espectro heterogêneo. Uma das últimas passagens do trecho de Campbell antes transcrito diz o seguinte: “Era essa uma conclusão que dava a entender que a burguesia abraçou uma ética protestante e uma ética de consumo, uma visão coerente com o que eu sabia ser o caráter predominante de classe média do movimento romântico” (CAMPBELL, 2001). Ora, a passagem dá a entender que havia uma burguesia (classes médias urbano-profissionais) antes da ética protestante e da ética de consumo. Ouso perguntar: não seriam essas duas éticas simultâneas ao processo de constituição das classes médias em ascensão e, assim, da própria singularidade e *individualidade histórica do capitalismo*? O fato de Weber se concentrar em uma ética específica (aquela eivada do senso de previdência e procrastinação, que podemos chamar aqui de puritano-produtivista) não significa que não houvesse outras éticas em concorrência, dentro mesmo dos estratos médios burgueses em ascensão.

Peter Gay demonstra como, no decurso do século XIX, as classes médias burguesas em ascensão e consolidação alcançaram um alto grau de diferenciação em toda a Europa: empresários e financistas em Londres, vendedores e médios comerciantes na França, assalariados públicos na Alemanha, entre outros. O que os une como classe, não obstante, assinala o autor, foi o interesse permanente pela produção de hierarquias sociais que

²¹⁶ Norbert Elias, *A sociedade de Corte*. 1ª edição, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001, pg. 159.

²¹⁷ Peter Gay, *A experiência burguesa da rainha Vitória a Freud: guerras do Prazer*. 1ª edição, São Paulo, Companhia das Letras, 2001, pg. 64.

assegurassem as “necessárias” *distinções*. Ora, esse jogo de competição por dignidade e prestígio, ou como ressalta Bourdieu, por humanidade, se constituiu e se abasteceu mediante toda sorte de fruição e busca pelo prazer que o consumo enseja, o que sedimentou, certamente, uma ética do consumo por parte de diferentes frações dos estratos burgueses. Isso não nos leva a entender, entretanto, que esses estratos tenham abraçado intencionalmente uma ética do consumo, nem tampouco que o romantismo tenha sido produto de uma burguesia única, como uma classe homogênea.

Ademais, os estratos médios burgueses do século XIX, tanto nos países predominantemente calvinistas e puritanos, quanto nos países de traço marcadamente católicos, praticavam éticas de vida assaz distintas daquelas capturadas e identificadas por Weber durante os séculos XVI e XVII. Isso, todavia, não compromete, no conjunto, a descoberta de Campbell, qual seja, a existência de *afinidades eletivas* bastante poderosas entre burguesia, romantismo e consumo, notadamente o consumo simbólico. Essa descoberta ajuda a compreender, na longa duração, o processo de construção da estrutura de sentimentos (*habitus*) *romântico-burguesa*. Interessa capturar esse processo na medida em que ele pode revelar, ainda que de maneira rápida e claudicante, em que medida a *estrutura de sentimentos da brasilidade romântico-revolucionária* (RIDENTI, 2005) se atualiza e potencializa-se na contemporaneidade.

No mesmo trabalho antes citado, Campbell se cerca de alguns autores para tocar no núcleo das disposições que constituem o movimento romântico e, com efeito, do conjunto de códigos ético-morais legados pelo mesmo. Esse não é o espaço para reunir o feixe de processos que deram vida a uma ética romântica no século XIX, importa, tão-somente, perceber como alguns traços dessa ética permanecem hoje municiando os conteúdos ético-estéticos de muitos *grupos de status* (WEBER, 1987) na constituição de um *estilo de vida* marcado pela valorização das tradições populares, ou seja, por um diversificado mosaico de *manifestações e expressões* experimentado segundo o signo da “*autenticidade*” e da *criatividade popular*.

Segundo Campbell, o romantismo, ao se voltar sobre os efeitos do racionalismo instrumental potencializado pelo Iluminismo, deixou-se constituir por um caráter místico, que se recrudescia diante da necessidade de se recuperar um modo de vida perdido, “puro” e “imaculado”, objetivado no desejo de, por assim dizer, reencantar o mundo através da arte e da criação estética. O autor assinala que a *teodicéia romântica* combinou a

autodeterminação do eu, potencializada pelo iluminismo, com a valorização do gênio criador, desembocando na postura empedernida de fazer da criação estético-artística o demiurgo de organização da vida.

Tal teodicéia desloca a arte e o artista para a boca da cena da vida. Na verdade, como Bertrand Russell observou, substituindo geralmente os valores utilitários pelos estéticos, a *Weltanschauung* romântica pode ser razoavelmente retratada como uma teoria da arte explorada por uma filosofia da vida. No entanto, a concepção romântica da estética diferia não apenas do neoclassicismo ortodoxo, mas também da versão predominante do medioclassicismo. Esta, como foi observado, equiparou a estética e a ética, usando o conceito de gosto para unir as duas. (CAMPBELL, 2001, pg.256).

O trecho acima é bastante elucidativo. Em outra passagem de seu trabalho²¹⁸, Campbell mobiliza uma discussão que nos devolve novamente ao primeiro capítulo deste trabalho. A filosofia da vida assinalada por Russell, destacado na citação acima por Campbell, trouxe para o cotidiano da vida uma ética baseada em uma estética secularizada, ou seja, engolfada nas atividades mais prosaicas do cotidiano vivido. Era como se a sublimação da arte e o prazer alcançado através da mesma fossem incorporados no cotidiano, mediante uma visibilização sistemática do gosto, que demarcava o senso de humanidade e dignidade de cada indivíduo. Essa valorização contumaz do gosto como unidade de conformação do *eu-nós* (ELIAS, 2001) não constituía propriamente uma novidade, no entanto, no século XIX as condições que permitiam uma *estetização da vida* eram outras e, por conseguinte, as condições de possibilidade de manutenção de uma ética-estética também o eram.

Essas condições de possibilidade foram estruturadas exatamente pelo processo de *industrialização do simbólico*. Ao reputar a criatividade como a característica básica do ser humano, a teodicéia romântica corroborou para a des-divinização das realizações artístico-culturais; atuando, assim, no sentido de deslocar o *valor de aura* do processo de criação e consumo artístico-cultural para o *valor de exposição*, próprio do período de emergência dos meios de reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1980). Com efeito, a *teodicéia romântica* (e sua cosmologia geral) corroborou de maneira decisiva para o processo de autonomização da *esfera cultural laica* (WEBER, 2004), e mais tarde para autonomização dos diferentes *campos culturais* (BOURDIEU, 2005) que a integram.

²¹⁸ Colin Campbell, *A ética Romântica e o espírito do consumo moderno*, segunda parte. 1º edição, Rocco, Rio de Janeiro, 2001.

Não obstante, a reprodutibilidade técnica, em outros termos, a possibilidade de massificação dos bens simbólicos, constituía grande ameaça (dentro dessa mesma teodicéia romântica) à criatividade artística. A pista escavada por Campbell em seu trabalho diz respeito à possibilidade de evidenciar como romantismo e consumo constituíram um tecido de interdependências que produziu os efeitos fantásticos e imaginativos caros ao hedonismo moderno-contemporâneo. Pois bem, a intensificação do processo *de industrialização do simbólico* na segunda metade do século XIX estreitou o processo relacional entre romantismo e consumo e, com efeito, criou as condições consistentes para toda sorte de fantasia e imaginação que o consumo de fotografias, filmes, músicas, entre outros, ensejam.

Mediante o *paradoxo das conseqüências* (WEBER, 1984) é possível assegurar que a gênese de constituição do hedonismo moderno-contemporâneo está precisamente no elo estabelecido entre romantismo e consumo, cujas interdependências foram acentuadas mediante os efeitos do processo de *industrialização do simbólico*, ensejando toda sorte de fluxos imaginativos e fantásticos, mas, ao mesmo tempo, recrudescendo o *valor de exposição* dos bens simbólicos, isto é, tudo aquilo que as gerações de intelectuais e artistas²¹⁹ tributários do romantismo mais combateram, como os artífices da categoria de *industria cultural*, Adorno e Horkheimer. O estreitamento das interfaces entre romantismo e consumo criou as condições de definição e autonomização do *valor de exposição*, embora esse desiderato não fizesse parte da *teodicéia romântica*. Por outro lado, o acento destacado do *valor de exposição* permitiu, na longa duração sócio-histórica, que os processos de criação artístico-estéticos fossem des-divinizados.

Eis uma tensão central a teodiceia romântica, cuja regularidade atravessou diversas gerações de intelectuais-artistas e se expressa hoje na manutenção de alguns esquemas de disposição de determinados *grupos de status* e, portanto, grupos de consumo: por um lado, o envolvimento contundente com o consumo (notadamente o consumo simbólico-cultural) permitiu ao romantismo des-divinizar a magia do processo criativo; por outro, o recrudescimento desse envolvimento acabou desembocando na autonomia do *valor de exposição*. Para as gerações de intelectuais-artistas que acomodaram em seu íntimo parte da teodicéia romântica e para os *grupos de status|consumo* compostos por eles importava preservar e instilar o *valor aurático*, sem, contudo, divinizar-lo, ou seja, manter o caráter

²¹⁹ Capturados, no Brasil, por Ridenti segundo o conceito de *estrutura de sentimentos da brasilidade romântico-revolucionária*.

místico-transcendente da experiência estético-artística sem reduzir sua criação a uma razão divina onipotente.

Por outro lado, importava manter o caráter aurático das atividades estético-artísticas livres e protegidas do *valor de exposição*, cujos efeitos maculavam o sentido de aura que repousa nessas atividades. Não é preciso dizer quão difícil foi a consecução desse objetivo, no entanto, ele continua operando com todo vigor entre muitos *grupos de status|consumo* contemporâneos que preenchem suas estimas através de um *estilo de vida* marcado por um forte apreço ao traço mágico-místico e, portanto, aurático das atividades estético-artísticas da *cultura popular*.

O percurso realizado até aqui consistiu em juntar os pontos da trama de formação de parte de uma *estrutura social de personalidade* (ELIAS, 1995), que opera como um sistema de disposição (*habitus*), informando as escolhas dos consumidores. Os exemplo que se seguem buscam fornecer dados empíricos para que esse percurso se torne mais consistente. Ao cabo do mesmo, buscar-se-á recuperar as primeiras reflexões, matizadas a partir de conceitos como *cibervida e política-vida*.

O exemplo vem de uma pesquisa realizada em 2007²²⁰ e coordenada pela por Maria Celeste Mira. A pesquisa buscou mapear os diferentes grupos de produção cultural ocupados com a atualização e manutenção das memórias lúdico-musicais, nomeadas no trabalho de práticas tradicionais, notadamente os gêneros musicais nordestinos. No final dos anos noventa, destaca a autora, formou-se um circuito de lazer e consumo lastreado na busca pelos ritmos considerados tradicionais. Esse circuito era alimentado pelo interesse dos jovens de classe média de travara um contato direto com as performances, as práticas, as melodias e o ritmo dos sons nordestinos. Esse circuito tinha como um dos elos mais forte a rede SESC, sobretudo as unidades de Pinheiros e Pompéia, mais voltados em sua programação às chamadas *culturas populares*, além dos espaços culturais geridos pela prefeitura, os chamados equipamentos culturais públicos.

Os grupos recriadores das memórias lúdico-musicais em questão foram e são liderados por mestres, ritimistas e produtores culturais que migraram para São Paulo nos anos oitenta do século passado, entre eles nomes como Tião Carvalho, que na Zona Oeste da cidade

²²⁰ A pesquisa foi coordenada pela professora Maria Celeste Mira e realizada pelas estudantes Luna Vargas e Lucia Udemezue, orientandas desta última, além das estudantes Bruna Atinna e Natália Ribeiro, orientandas da professora Elizabeth Murilho da Silva, vinculadas ao Departamento de Antropologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC|SP).

montou uma escola de práticas culturais maranhenses, abrigando linguagens como teatro, música, dança, entre outros. Como professor, Tião despertou o interesse de grupos de alunos e fundou um dos grupos precursores do circuito urbano paulistano de atualização das memórias lúdico-musicais nordestinas: o *Cupuaçu*. Entre outras atividades, o grupo realiza, duas vezes por ano, a festa e encenação da morte do boi, apresentada no Morro do Querosene, Zona Oeste da cidade.

Nesse espaço da cidade, segundo a pesquisa, localizam-se os principais grupos culturais com os propósitos acima destacados: *Abaçaí*, *Badalo de Chita*, *Baque Bolado*, *Batuntã*, Bloco de Pedra, *Cambaiá*, *Caraxá*, *Cacuera*, *Cupuaçu*, *Pé no terreiro*, *Samabaqui*, *Zambadá*, entre outros. Os grupos são integrados por estudantes, mestres de arte e profissionais em geral. As principais atividades são os ensaios, as apresentações e, sobretudo, os cursos e aulas oferecidos nos espaços ocupados pelos grupos. O principal público dos cursos e aulas são os estudantes, muitos já graduados. De acordo com o questionário aplicado na pesquisa²²¹, 36% dos componentes dos grupos da Zona Oeste são estudantes universitários, sendo que dos componentes 26% já são graduados e continuam estudando, a grande maioria na Universidade de São Paulo (USP) e na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), predominantemente nas áreas de ciências sociais, ciências humanas e Artes.

A pesquisa permite inferir que o circuito de profusão de cursos e grupos culturais tradicionais se faz e se refaz mediante a atuação dos círculos de sociabilidades acadêmicas. Grupos como o *Abaçaí Cultura e Arte* se reúne no Parque da Água Branca, localizado próximo a PUC; a *Associação Cultural Cachoeira* fica em Perdizes, localizada a meio quarteirão da mesma; e o grupo *Cupuaçu*, por seu turno, no Butantã, muito próximo a USP. A pesquisa lança-mão do conceito de *mancha*²²² para compreender o desenho do circuito de estruturação das sociabilidades juvenis que dão vida aos movimentos de atualização das memórias lúdico-musicais. A *mancha* abarca os espaços acadêmico-universitários, bares, espaços lúdicos circunvizinhos, a própria sede dos grupos culturais e os espaços de apresentação, como o SESC Pinheiros e Pompéia, além dos equipamentos culturais mantidos pela prefeitura da cidade.

²²¹ Maria Celeste Mira e Luna Vergas, *Sociabilidade juvenil e práticas culturais na cidade de São Paulo*, Associação Brasileira de Antropologia (ABA), Porto Seguro, BA.

²²² José Guilherme Magnani, *Quando o campo é a cidade. Fazendo antropologia na metrópole*.

O centro da *mancha* é formado pelo bairro da Vila Madalena, ali se concentram a maioria dos grupos, escolas de dança e percussão, espaços para festas e eventos. Desde os anos setenta o bairro testemunhou movimentos de contra-cultura e linguagens artísticas alternativas, como o cinema marginal da década de setenta. Nos anos sessenta o bairro abrigava um número significativo de estudantes, intelectuais e artistas, que para ali se deslocavam diante da boa localização e os baixos preços dos alugueis. Devido à profusão de grupos culturais e as sociabilidades lúdico-festivas, o bairro alcançou grande fama, passando a ser objeto de intensa especulação imobiliária nos anos oitenta. Algo bastante parecido ocorreu com a Vila Pajussara, localizado entre a Vila Madalena e a Cidade Universitária, onde se fixaram nos anos oitenta alguns artistas nordestinos, entre eles maranhense Tião Carvalho, um dos criadores do pólo de cultura maranhense no bairro, conhecido como Morro do Querosene.

Os grupos culturais localizados fora da *mancha* possuem um perfil sócio-econômico bastante diferente. Segundo a pesquisa, à medida que se afastam dos bairros centrais que compõem a *mancha* os grupos vão ficando mais raros e assumindo objetivos distintos. A maioria dos grupos localizados fora da *mancha* estão vinculados a projetos sociais, cuja atuação dos participantes está ligada à arte-educação, desenvolvida em escolas dos bairros da periferia e às políticas culturais (como, por exemplo, os *pontos de cultura* que integram o *Programa Cultura Viva* do Ministério da Cultura) desenvolvidas pela prefeitura, pelo Estado de São Paulo e por empresas como a *Petrobrás*. Ao passo que nos grupos pertencentes à *mancha* apenas dois estão vinculados a projetos sociais mantidos por instituições públicas. No conjunto dos grupos existentes fora da *mancha*, 89% dos alunos e participantes em geral possuem escolaridade que varia do 1º grau incompleto ao 2º grau completo, 7% iniciaram, mas não completaram, a faculdade e apenas 4% possuem o 3º grau completo.

Os grupos localizados fora da *mancha*, por estarem associados a projetos oficiais que destinam recursos públicos e por lançarem mão das atividades artístico-culturais para geração de trabalho e renda, possuem um maior grau de profissionalização e, como tal, dinamizam o processo geral de profissionalização da *cultura popular* no Brasil. Por outro lado, os grupos culturais localizados na *mancha* gozam de maiores recursos simbólico-discursivos de legitimidade e prestígio. Por integrarem circuitos de intelectualização que costuram as extensas redes de amizade e sociabilidades acadêmicas, os mestres e ritimistas

que chegaram nos anos oitenta compuseram um *capital cultural* (BOURDIEU, 2007) que lhes permitem – dentro da dinâmica de circulação dos bens, signos e símbolos nos espaços metropolitanos – sustentar e atualizar uma espécie de monopólio legítimo de *tradução da tradição* (HALL, 1997).

Essa *tradução* se faz e se refaz de acordos com as demandas e lutas estabelecidas em torno da definição da “tradição mais tradicional”, isto é, escolha de ritmos mais representativos, de melodias que sejam mais fieis a inspiração original, de materiais percursivos extraídos e trabalhados segundo as fontes, de roupas e trajes talhados e adornados de acordo com as matrizes, de passos e movimentos corporais mais fidedignos, entre tantos outros. Os grupos culturais em questão praticam um conjunto de ritmos predominantemente nordestinos, mas o maracatu é o que mais se destaca, e é em torno dele que se ergueu uma espécie de panteão metropolitano, que vive do trabalho de reverenciar o “panteão originário” pernambucano, a partir do qual se estabelecem todos os trânsitos simbólicos entre Recife e São Paulo, entre as diversas matizes de maracatus rurais e urbanos, com suas mais variadas nuances de ritmos, cores e batuques.

Na metrópole procura-se transmitir a experiência que consiste em mostrar que o maracatu é muito mais do que ritmo, percussão, dança, música, é também uma tradição secular, de caráter religioso, preservada, até hoje, por pessoas muito pobres. Após o contato com os mestres, em São Paulo ou em Recife, os líderes paulistanos passam por uma espécie de revelação ou iniciação, demonstrando, a partir daí, um enorme respeito, uma reverência mesmo em relação à tradição. (...) Quanto mais próximo se está da tradição, da raiz, maior a legitimidade entre os grupos recriadores. No centro estão os mestres, eles irradiam a sabedoria. Alguns líderes conviveram com eles, outros fizeram oficinas. Alguns grupos não tiveram contato com os grupos tradicionais, nem mesmo seus líderes. Assim, a tradição e com ela a legitimidade cultural vai se enfraquecendo. Obviamente sem que essa fosse a intenção dos agentes, a tradição tornou-se uma forma de hierarquização entre eles. E toda hierarquia gera privilégios: os grupos mais conhecidos e respeitados são chamados para apresentações no pequeno nicho de mercado estabelecido pela rede SESC e com o nome já consagrado têm maior facilidade de ter um projeto aprovado ou ganhar um prêmio na área de política cultural (MIRA e VERGAS, 2007).

Não é preciso muito esforço para perceber que os grupos culturais objeto da pesquisa supracitada fazem parte de um movimento maior de tradicionalização e retraditionalização dos conteúdos das chamadas *culturas populares*. Mira e Vargas mobilizam a categoria de *guardiões da tradição* (GIDDENS, 1999) para se referir ao trabalho simbólico-cultural de aprendizado e ensinamento realizado dentro desses grupos, cujos efeitos implicam numa valorização cada vez maior de categorias como “*autenticidade*”, *criação*, “*pureza*” e

criatividade. A pesquisa supracitada é um exemplo revelador de um movimento que vem se estruturando nos principais centros urbanos brasileiros desde os anos noventa, sobretudo cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, exatamente aquelas onde há um volume maior de famílias pertencente às classes médias urbanas escolarizadas.

O mesmo processo de criação de grupos de transmissão e aprendizado dos saberes dos conteúdos e expressões lúdico-musicais das chamadas *culturas populares* ocorreu no Rio de Janeiro, no mesmo período em que se disseminou na Zona Oeste de São Paulo. No Rio, por seu turno, a *mancha* localizou-se na Zona Sul e em alguns espaços do centro da cidade, sobretudo a Lapa. Esse bairro, antigo espaço das sociabilidades que deram vida as matrizes musicais da cidade, sofreu um verdadeiro processo de intervenção urbana coordenado pela prefeitura da cidade, que, a partir de 1998, consistiu em recuperar os antigos equipamentos culturais municipais (como, por exemplo, o Circo Voador), além de iluminar as principais ruas e monitorar, através de policiamento ostensivo (guarda municipal e polícia militar), os becos e vielas do bairro. Hoje o bairro vive uma espécie de novo apogeu do entretenimento-turismo, sendo um dos mais dinâmicos no circuito de diversão e lazer noturno da cidade. A *mancha* carioca abarca além da lapa, bairros da Zona Sul, como Botafogo, Flamengo, Copacabana e Gávea. Ali o ritmo objeto de *retradicionalização e reencantamento* não foi outro senão o samba.

No entanto, as práticas, os ritmos, as performances e as expressões lúdico-musicais da *cultura popular sertanejo-nordestina* também compareceram no interior dessa espécie nessa de culto urbano-juvenil às *tradições populares*. Nesse caso específico, destacam-se a literatura de cordel e o *forró-baião*. Assim como em São Paulo, a *mancha* urbana carioca é dinamizada à medida que nos aproximamos dos espaços que abrigam as sociabilidades acadêmicas, como o Planetário, sediado dentro do Campus da PUC|Rio, e próximo a um nicho bastante dinâmico de bares e restaurantes, na Gávea, bairro predominantemente de classe média; em Santa Tereza, onde se concentram algumas fundações culturais, e onde se situa a Academia Brasileira de Literatura de Cordel, também um bairro de classe média; a própria Lapa, onde fica a Escola de Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); o Largo de São Francisco, no centro da cidade, onde se situa o Instituto de Filosofia e Ciências Sociais (IFCS), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); e Botafogo|Urca, ambos bairros de classe média e onde se situa a Faculdade de Artes, Letras e Comunicação da UFRJ. Só para dar um exemplo, apenas no planetário, e somente em

2007, ocorreram três *shows* do grupo pernambucano *cordel do fogo encantado*²²³, já no Largo de São Francisco ocorreram diversos *shows* de *forró|baião* e apresentações de maracatu. Atenta ao significado empírico desses processos, Elizabeth Travassos assinala:

Dentre os fenômenos da cena urbana contemporânea, ganhou visibilidade, na última década, o interesse de jovens artistas e estudantes pela cultura tradicional brasileira. A curiosidade é particularmente intensa no Rio de Janeiro, em São Paulo e Brasília – cidades cujos hábitos vêm experimentando o impacto da modernização há gerações e que, na condição de centros políticos nacionais, irradiam para o resto do país os valores associados ao modo de vida moderno. Pois é precisamente nesse cenário que emergiu a recriação de celebrações e modos de expressão tradicionais, muitos deles enraizados em regiões “distantes”: Nordeste, Norte, sertão de Minas e Goiás. O movimento – se é que a palavra convém – é integrado por jovens cuja história pessoal e familiar está atada à cultura e sociabilidade moderna. Cruzando *campi* universitários, escolas de arte e centros culturais, constituem-se redes de cultores da tradição festiva popular (TRAVASSOS, 2004, p.110).

O acento de Travassos vai assim na mesma direção de Mira e Vargas. Entretanto, Travassos explora um aspecto que, direta ou indiretamente, corrobora as assertivas de Bauman e Campbell acerca do hedonismo contemporâneo. Além das sociabilidades lúdicas que os movimentos de recriação das *manifestações e expressões populares* instauram e desenvolvem, os cultores da *tradição* e da “*autenticidade*” buscam um envolvimento que, segundo Travassos, os separa bastante de uma postura de curiosidade pela *cultura popular* presente, por exemplo, no modernismo. O que se constata nos espetáculos, apresentações, *shows*, *CDs e DVDs* produzidos pelos entusiastas contemporâneos dos *folclore* e da *cultura popular* é que não se reproduz a preocupação modernista de se “exaltar” e se “eivar” as *manifestações e expressões do popular*, tomando-as como matéria-prima e sedimento de uma outra expressão ou linguagem, efetivamente “artística” (TRAVASSOS, 2003).

O que está em jogo hoje, seguindo os passos de Travassos, é mais do que manter um interesse curioso pela *cultura popular*, mas antes buscar um envolvimento intenso e direto, marcado pelo aprendizado das performances, com a mesma “espontaneidade” e “autenticidade” que se verifica entre os mestres e, por assim dizer, os já iniciados. A fusão entre as raízes populares e o refinamento artístico e intelectual, tema central e recorrente da

²²³ A banda *Cordel do fogo encantado* é um dos muitos grupos musicais pernambucanos surgidos no final dos anos noventa, muito tributário do sucesso e do prestígio alcançado pelo movimento *Mangue Beat*. O cordel, como de resto as bandas surgidas no período, busca fundir as rimas e repentes dos catadores rurais sertanejos com os elementos percursivos e eletrônicos contemporâneos, ambientando suas letras em temas caros ao imaginário sertanejo-nordestino, como o cangaço, a seca, a feira pública, entre outros.

reflexão de músicos e poetas modernistas, não é mais a postura que mobiliza e conduz os debates nos meios artísticos e intelectuais quando a agenda específica é pensar o lugar da *cultura popular* hoje.

Segundo Travassos, a antiga postura, que abrigava uma tentativa de filtragem e assumia uma posição de expectador, ainda se reproduz, mas não goza de uma posição hegemônica. O que, de fato, mobiliza as energias dos recriadores é a possibilidade concreta de se experimentar, a partir do aprendizado corporal e do desenvolvimento de competências estéticas e performáticas, a totalidade de sons, cores, danças e ritmos. A respeito das razões que levam os cultores e recriadores a escolher, por exemplo, os *folguedos populares*, a autora destaca: “neles, dança-se e canta-se simultaneamente, encenam-se personagens, tocam-se instrumentos, louvam-se os santos e atualizam-se os mitos. Não são algumas cantigas ou textos que conquistam o gosto urbano, e sim a totalidade dos sons, imagens e gestos” (TRAVASSOS, 2004, p.113).

As formulações de Travassos fornecem subsídios para se pensar que o consumo das subjetividades destacado por Bauman são, antes de tudo, o consumo de si mesmo. Em outros termos, o intenso envolvimento com as práticas e performances das *criações artísticas populares* exigem o desenvolvimento de competências corporais específicas, que reclamam dos cultores e recriadores investimentos simbólicos, materiais e afetivos muito próximos do que Giddens chamou de *política-vida*. Os circuitos e espaços relacionais (como aqueles citados por Travassos) onde se materializa o interesse pelo outro e, por conseguinte, por si mesmo, são cada vez mais impactados pela contundência das novas tecnologias digitais, que desenham o panorama da *cibervida*. É mediante a *cibervida*, ou vida social virtual, que as estratégias das *políticas de identidade* (MATTELART, 2005) ganham contornos e força política, como as coalizões mundiais pela defesa da *diversidade cultural* que deram vida ao apelo global pela *diversidade*.

Tendo a criação como meta, o movimento põe em prática uma maneira específica de tomar a cultura popular como matéria de conhecimento. A prática dos repertórios musicais e cenográficos da tradição popular não é episódica nem subsidiária, como costuma ser para estudiosos ligados às instituições acadêmicas, assim como foi para os folcloristas da antiga Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro. Em lugar do ideal científico de produção de um discurso exterior ao objeto, o saber fazer implicado na performance parece ser a novidade central do movimento (...) Tudo se passa como se os grupos contemporâneos de criação da cultura popular não se conformassem com esse discurso externo ao objeto. Mais do que tema do estudo antropológico, a cultura popular é um campo de experiências técnicas e estéticas. A chamada etnografia pós-moderna, que nunca foi assumida seriamente pelos

antropólogos, parece ter encontrado seus realizadores (TRAVASSOS, 2004, p. 114).

Esse consumo não é outra coisa senão a valorização contumaz da sensação|emoção de consumir totalidades simbólicas, de consumir e, no mesmo movimento, produzir novos marcos identitários de pertencimento e auto-reconhecimento, que se realizam mediante o envolvimento com as expressões lúdico-artísticas. A experiência de consumir um conjunto de signos e narrativas de vida reputados como “*autênticos*” e “*puros*” podem ser sintetizados no interesse pelo consumo da *tradição*. Uma das *tradições* mais consumidas é a *tradição sertanejo-nordestina*. O envolvimento com as performances lúdico-musicais sertanejo-nordestinas (maracatu, literatura de cordel, arte figurativa, *farró-baião*, entre outras) representam apenas um elo, que está agrilhado a um conjunto de outros elos cujo fio condutor é a motivação de consumir expressões lúdico-artísticas reputadas e experienciadas como “*autênticas*” e “*puras*”.

Consumir totalidades simbólicas (*identidades*) e suas narrativas de pertencimento (*tradição*) são processos que reclamam esquemas normativos de avaliação e julgamento, cuja constituição depende das trajetórias e dos espaços sociais pelos quais os indivíduos incorporam sistemas de disposição, avaliações e julgamentos específicos. As classes médias metropolitanas escolarizadas abrigam em suas estimas um valor demasiado caro aos conteúdos artístico-culturais da *cultura popular sertanejo-nordestina*, cuja construção passa, necessariamente, pelos espaços acadêmico-escolares e pelas exigências e investimentos que encerram. Por seu turno, a experiência acadêmico-escolar está atravessada por redes de sociabilidades pautadas na manutenção de *cibervidas* e nos investimentos que os *projetos de eu* e *auto-identidades* reclamam e reproduzem.

Importa aqui, à luz das formulações mobilizadas e da problematização realizada, assinalar que é a experiência acadêmico-escolar, e todo o apreço devotado à construção de um determinado *capital cultural* tributário dessa última, a grande responsável pela incorporação dos códigos morais de valorização e formação do culto aos conteúdos artístico-culturais da *cultura popular* brasileira. A profusão de agentes que buscam conduzir os conteúdos artístico-culturais da *cultura popular* ao topo da hierarquia dos valores sociais, como, por exemplo, os arte-educadores, atesta que é mediante o processo de intelectualização das camadas mais aferradas à formação acadêmico-escolar que o valor de aura contemporâneo é produzido e, como efeito, se equilibra dentro do sistema de

ambivalência que marcam a constituição da *estrutura de sentimento da brasilidade romântica* (RIDENTI, 2000).

Os espaços acadêmico-escolares (escolas, academias, universidades, centros de pesquisa, entre outros) produzem os inventores e legitimadores do *valor de aura* contemporâneo (os agentes que dão vida a um culto e a hierarquização de um panteão que guarda, filtra e traduz a *tradição*) e, ao mesmo tempo, os consumidores e praticantes, que guardam, no interior das suas estimas e *auto-imagens* (ELIAS, 2001), a *tradição*, cultuando-a e preservando-a. O processo de consecução dessa proteção se realiza, não obstante, nos próprios espaços de transmissão do saber e do aprendizado, como os cursos e oficinas mantidos pelos grupos culturais mapeados por Mira e Vargas. A incorporação desses conteúdos e saberes, por outro lado, assinala o envolvimento com um universo de alteridades que não é outra coisa senão o consumo do outro e, simultaneamente, de si mesmo, nos termos burilados por Bauman: é também o consumo de uma subjetividade alheia.

É em meio a essa nova face do processo de *industrialização do simbólico* (talvez agora *digitalização do simbólico*), ou seja, da manutenção de extensas redes digitais de relacionamento mediados por suportes técnico-digitais, que o apreço da ética romântica aos conteúdos da *cultura popular* se renova e se atualiza. É diante das muitas interfaces entre a *cibervida*, as novas faces do processo de *industrialização do simbólico* e a estruturação da *política vida* que o romantismo contemporâneo (sustentado nos segmentos jovens das classes médias metropolitanas escolarizadas) renova suas práticas de consumo simbólico, produtoras de emoções e fluxos imaginativos que estão na ordem do dia, como a experiência do consumo das subjetividades e das totalidades simbólicas que fazem do outro, em particular, do *sertão* nordestino, verdadeiro objeto de culto e reverência.

Apenas para deixar o argumento aqui construído um pouco mais consistente, podemos acionar também alguns dados de ordem quantitativa. Segundo dados do IBGE/IPEA²²⁴ e também segundo os critérios de estratificação estabelecidos por esses institutos, 46% das famílias do total de famílias no Estado de São Paulo pertencem à classe média, o que corresponde a 34% do total de famílias de classe média no país. No Estado do Rio de Janeiro, os percentuais são de 39,95% e 11,9%, respectivamente. Esses dois estados somados possuem mais de 50% do total de famílias de classe média no país. Entre 1987 e

²²⁴ Pesquisa de Orçamento Familiar, POF 2003.

2003 os gastos com educação entre as famílias de classe média saltou de 2,2% para 4,2%, os maiores gastos continuam sendo com habitação (29,5%) e alimentação (24,5). Entre 1960 e 2003 o percentual de assalariados de classe média saltou de 51% para 60%, ao passo que a classe média proprietária caiu de 49,7% para 40,2%.

As classes médias não-proprietárias (profissionais liberais, servidores públicos, funcionários de companhias privadas, consultores, técnicos qualificados, prestadores de serviços a organizações não-governamentais - ONGs) são os que mais valorizam a experiência escolar, são os que possuem maior escolarização e, por conseguinte, os que mais investem financeiramente nos serviços educacionais. O aumento de 2% nos gastos com educação no intervalo de 16 anos (1987-2003) parece pouco, mais representa o volume total dos gastos gerais da classe média brasileira nos últimos dezesseis anos. Não por acaso foi o segmento assalariado da classe média o que mais aumentou dos anos sessenta a 2003 (de 51% para 60%), ou seja, justamente aquele que mais valoriza e investe na formação acadêmico-escolar.

Tanto o aumento dos assalariados, quanto o aumento das despesas com educação foram puxados pelas classes médias metropolitanas dos grandes centros. Entre os assalariados, a maior expansão foi verificada entre os servidores públicos, muitos dos quais possuem alta escolaridade. Embora não existam dados mais consistentes sobre esse crescimento, estima-se que ocorreu um aumento de 5 a 10% do total de servidores públicos nos últimos cinco anos, notadamente na União, embora os demais níveis administrativos, estados e municípios, com seus respectivos poderes (legislativo, executivo e judiciário), empresas, fundações, autarquias e bancos, tenham experimentado também um crescimento significativo.

Segundo a Fundação Getúlio Vargas²²⁵ (FGV), houve um crescimento substancial do volume total de famílias de classe média no Brasil entre 2002 e 2007. A Fundação, assim como o IBGE e o IPEA, classifica a classe média nacional como sendo aquele pertencente a categoria C, que auferem uma renda familiar mensal entre R\$ 1.065 e R\$ 4.591, ao passo que os segmentos A e B, classificados como elite, auferem uma renda familiar mensal acima de R\$ 4.591. Segundo a fundação, o segmento C representava, em 2002, 44% da população total do país, saltando para 52%, em 2007. Certamente o universo de renda que vai de R\$ 1.065 a R\$ 4.591 é demasiado amplo e evasivo. Muitas clivagens se acomodam aí, muitos

²²⁵ *O crescimento da classe média brasileira*, Revista desafios, IPEA, Julho de 2008.

grupos de renda e consumo podem ser identificados nessa faixa de renda, apresentando, pois, uma diferenciação muito grande. No entanto, o crescimento geral do percentual de 8% desse estrato em apenas cinco anos é bastante significativo.

Em uma pesquisa bastante minuciosa acerca das práticas e consumo cultural na cidade de São Paulo²²⁶, Botelho e Fiore destacam que as práticas culturais realizadas nos ambientes externos compreender cerca de 13% do total de pessoas entrevistadas que mantém algum tipo de prática cultural regular, sendo que desses predomina a faixa-etária de 20 a 39 anos (cerca de 40%), cuja escolaridade de cerca de 45% dos que mantém práticas externas regularmente é de nível médio e superior, sendo que 22% do total desses indivíduos pertencem aos segmentos|classes A|B e 11% ao segmento|classe C. De acordo com o SEBRAE, o consumo com cultura representa cerca de 9% dos gastos dos segmentos A e B, e somente 5% dos demais segmentos.

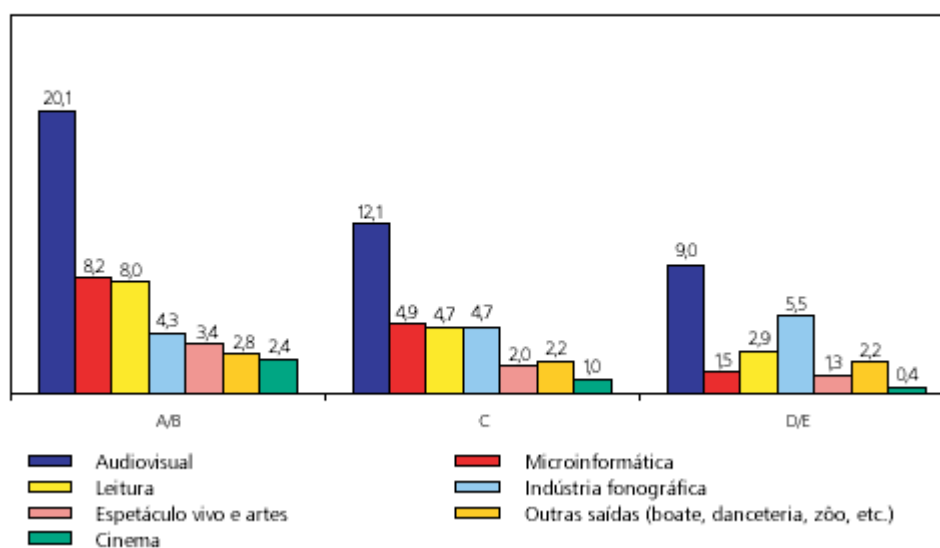
O gasto total das famílias brasileiras com bens e serviços culturais alcançou, em 2002, R\$ seis bilhões, sendo que desse montante cerca de 80% foi realizado no âmbito doméstico²²⁷. O consumo externo, ou seja, aquele realizado fora do domicílio, no âmbito dos equipamentos culturais, representa 20% do total de gastos. No entanto, esse percentual não incorpora os gastos com as saídas realizadas fora do perímetro urbano de residência das famílias, que necessariamente envolve os deslocamentos entre cidades, regiões e estados. Nesse caso, seria necessário cruzar e somar os dados do consumo simbólico interno das famílias com àqueles referentes ao turismo inter-regional e intermunicipal, no qual aparece a fruição de bens de diversão ligados aos circuitos do entretenimento no país, como, por exemplo, o longo ciclo das festas juninas no *sertão* nordestino.

²²⁶ Fiore e Botelho, *O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo*, Centro de Estudos da Metrópole, CEBRAP.

²²⁷ *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Cadernos de política cultural, vol. III, Brasília, 2007.

Gráfico 21.

Composição do consumo cultural por estrato de renda
(Em %)



Fonte: IPEA|Minc

O gráfico 21 atesta, que as categorias de renda A, B, C, D e E apresentam uma grande diferenciação quanto aos bens e as linguagens consumidos, sendo o audiovisual o setor e/ou atividade que comparece com maior regularidade e culto em todas as categorias de renda. Segundo a pesquisa sintetizada no gráfico 20, as categorias de renda A|B representam cerca de 50% dos gastos familiares com cultura, no entanto, esses segmentos representam apenas 12% da população e 13% do total de domicílios. Por outro lado, as categorias A e B são as que mais realizam o consumo fora do domicílio, seja porque residem próximos aos equipamentos culturais urbanos, seja porque dispõem de automóvel, ou mesmo nas saídas fora do perímetro urbano de domicílio dispõem dos recursos para o planejamento das férias semestrais, anuais, feriados e finais de semana prolongados.

Como foi destacado antes, alguns setores e/ou atividades que aparecem no gráfico 20 apresentam percentuais assaz imprecisos. Por exemplo, a indústria fonográfica aparece com 4,3% do consumo total (incluído o consumo externo e interno) Dos segmentos A|B, assim como 4,7% da categoria C, totalizando 9% nesses dois grandes segmentos. Ora, a indústria fonográfica também não está presente nas atividades de espetáculo vivo e artes, que somando os percentuais das categorias renda A|B e C totaliza 5,4% dos gastos? Da mesma forma o cinema aparece dissociado do setor e/ou atividade do audiovisual. Tanto o

cinema e o audiovisual não incorporam meios e suportes, assim como as tecnologias, da indústria fonográfica?

Gráfico 22.
Montantes dos dispêndios culturais fora do domicílio
(Em R\$ bilhões)



Fonte: Pesquisa de Orçamentos Familiares/ IBGE (POF 2002/2003)

O gráfico 22 evidencia como a totalidade das saídas externas que perfazem o consumo realizado fora do domicílio apresenta índices bastante evasivos. O gráfico exhibe o volume financeiro dos gastos com cinema, espetáculo vivo e artes e outras saídas ligadas ao entretenimento e ao lazer. Em termos percentuais, o primeiro corresponde a 22% do total de gastos fora do domicílio, o segundo a 38% e o terceiro a 40%. É preciso insistir, mais uma vez, que não estão incluídos nesse somatório o volume de gastos decorrentes de saídas intermunicipais e inter-regionais. A análise da estrutura do consumo simbólico fora do domicílio é extremamente relevante, pois concentra, por um lado, um aspecto central da produção (a produção cultural pública), por outro, toca diretamente no eixo da circulação.

Segundo dados da Secretaria de Turismo de Pernambuco²²⁸, 50% dos visitantes turistas que freqüentam os festejos juninos de Caruaru pertencem a faixa-etária de 20 a 35 anos, 40% possuem nível superior e pós-graduação, 30% dos visitantes são originários da região Sudeste, e outros 30% da região Sul do país. Do total de visitantes, 40% estavam retornando pela segunda ou terceira vez, a pesquisa identificou ainda que 33% dos visitantes vêm para a cidade em função da divulgação e promoção da festa feita por

²²⁸ www.setur.pe.gov.br

amigos, boa parte dessa divulgação feita nos sítios de relacionamento, na chamada divulgação “boca-a-boca virtual”. Na mesma pesquisa, nada menos que 70% dos visitantes entrevistados apontaram como principal motivação da visita a possibilidade do contato da *cultura popular*, destacando o fato de haver diversas *manifestações e expressões culturais* dentro dos festejos: danças, músicas, grupos folclóricos, artistas de cordel, artistas de barro, entre outros. (SETUR-PE, 2007.). Esses dados não se restringem a Caruaru, assumem um perfil bastante semelhante em Capina Grande e nas demais cidades que investem nos festejos juninos, como os municípios baianos (SETUR-BA).

Me parece que as descobertas de Campbell podem ser estendidas para o objeto aqui tratado. A experiência do consumo das subjetividades alheias (*identidades*) e de suas narrativas de significado (*tradição*) realizadas por meios das diversas modalidades de consumo simbólico (como o aprendizado das performances lúdico musicais das *tradições populares sertanejo-nordestinas*) e as práticas de entretenimento e diversão (como as saídas externas que constituem parcela significativa do consumo cultural, como o ciclo de festejos juninos) permitem inferir que as interfaces entre a ética do consumo e a ética romântica nunca estiveram tão agrilhoadas. Essa constatação permite escavar a seguinte pista: as interfaces entre essas duas éticas atualizam e potencializam a *estrutura de sentimentos da brasilidade romântico-revolucionária*. Entretanto, não se pode perder de vista que essa estrutura de sentimentos opera como um esquema de disposição, acionada em circunstâncias específicas e diante de outras estruturas políticas, econômicas e simbólicas (BOURDIEU, 2006).

4.1 Considerações finais

Em face do percurso realizado até aqui, julgo ser bastante sedutora a hipótese de trabalho apresentada na introdução a este trabalho, qual seja: diante da intensificação do processo de *industrialização do simbólico* e da respectiva expansão dos mercados de bens e serviços culturais no ambiente global, emergiu uma nova *formação discursiva* que atualizou e potencializou o valor social atribuído às categorias de *tradição e “autenticidade”*. Essa atualização e potencialização só foram possíveis, entretanto, a partir da operacionalização de determinadas políticas culturais públicas (como o *Programa Cultura Viva e o Programa Nacional do Patrimônio Cultural Imaterial*), cujos efeitos

práticos corroboraram para estruturar mercados simbólicos bastante específicos. Entre esses, um mercado simbólico que sobrevive fundamentalmente do valor social atribuído a determinadas *manifestações e expressões da cultura popular sertanejo-nordestina*, cuja trama de relações sociais que a mantém é tecida pela experiência de consumir bens e serviços culturais produzidos sob o signo da “*autenticidade*” e *tradição*, cristalizados nos conteúdos de rituais, ritmos, músicas, artefatos estéticos, performances, objetos artísticos, poesias, cantos, entre outros.

5. Referencias bibliográficas.

ABREU, Regina e CHAGAS, Mário (Orgs), *Memória e patrimônio*, Rio de Janeiro, Editora DP & A, 2003.

ADORNO, Teodor e HORKEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2000.

ALBURQUERQU, JR. (2001) Durval Muniz. *A invenção do Nordeste*. São Paulo, Cortez.

ALVES, Elder P. M. *A configuração moderna do sertão*. Dissertação de mestrado defendida junto ao departamento de sociologia da Universidade de Brasília, (UnB), 2004.

ANDRADE, Mario. *O turista aprendiz*. São Paulo, Secretaria de Cultura e ciência

_____. *Danças dramáticas do Brasil*. Rio de Janeiro, Fundação Pró-memória, 1982.

ALONSO, Ângela. *Idéias em movimento: a geração de 1870 na crise do Brasil Império*. São Paulo, Paz e terra|Anpocs, 2001.

BARBERO-MARTÍN, Jesús. *Transformations in the map: Identities and culture industries*, Latin American Perspectives, Issue 113, V 27.

_____. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.

BARROS, José Maurício. *Diversidade cultural: da proteção à promoção*. Editora Autêntica e Observatório da Diversidade Cultural, Brasília, 2008.

BAXANDAL, Michel. *Sombras e luzes*. Edusp, São Paulo, 2008.

BLOZ.....

BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin (ORG). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 2007.

BARBERO-MARTÍN, Jesús. *Transformations in the map: Identities and culture industries*, Latin American Perspectives, Issue 113, V 27.

BARCELOS, Jalusa. *CPC: uma história de paixão e consciência*. Rio de Janeiro, Nova fronteira, 1994.

BAUMAN, Zygmund. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 2001.

_____. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 2001.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 2002.

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

BOTELHO, Isaura, Dimensões da cultura e políticas públicas, in: Itaú cultural, São Paulo, 2004.

BANCO MUNDIAL. 2002. *A relação do Banco Mundial com a sociedade civil no Brasil: percepções e perspectivas*. São Paulo, Instituto Polis. Disponível em (www.bancomundial.org.br/content/downloadblob.php?cod_blob=717).

BARBOSA, Frederico. *Imagens na pedra: Políticas Culturais no Brasil*. Tese de doutorado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade de Brasília, 2000.

_____. *Política cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, Vol 1. Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) e Ministério da Cultura (Minc), Brasília, 2006.

_____. *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, Vol 2. Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) e Ministério da Cultura (MINC), Brasília, 2006.

BERNARDET, Jand-Claud, *Brasil em tempo de cinema*. São Paulo, companhia das letras, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. Rio de Janeiro, Companhia das letras, 1998.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 2005.

_____. *Poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2002.

_____. *Escritos de Educação*. Petrópolis, Vozes, 1999.

_____. *O amor pela arte*. São Paulo, Edusp, 2003.

_____. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo, Eduspe, 2006.

- _____ *A reprodução*. Vozes, Petrópolis, 2008.
- BAUMAN, Zigmund. *Em busca da política*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar editor, 2002
- _____ *Vida para consumo*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2008.
- _____ *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro, 2003.
- _____ *Vida para consumo*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2007.
- _____ *Identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004.
- BELL, Daniel. *The coming post-industrial society* (1973).
- BETH, Brait. *Bakhtin e outros conceitos-chave*. São Paulo, Contexto, 2006.
- BRANT, Leonardo. *Mercado cultural*. Instituto Pensarte. São Paulo, Escrituras, 2004.
- BUCI-GLUCKSMANN, Christinni, *Gramsci e o Estado*. São Paulo, Paz e terra, 1980.
- BURKE, Peter. *Uma História social da mídia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.
- CAVASCO, Maria Elisa. *Raymond Williams*, São Paulo boitempo, 2006.
- CÂNDIDO, Antônio. *História e literatura*. São Paulo, IMESP, 2003.
- CAVIGNAC, Julie. *Literatura de cordel no Nordeste do Brasil: da história escrita ao relato oral*. Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2006.
- OS PENSADORES: BENJAMIN, ADORNO, HORKHEIMER e HABERMAS. São Paulo, Abril cultural, 1980.
- CAMARGO, De Lima e BUENO, Maria Lúcia (org). *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo, Editora senac, 2008.
- CASTELLS, Manoel. *O poder da identidade*, São Paulo, Record, 2003
Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CASCUDO Câmara. *Vaqueiros e cantadores*, São Paulo, Global.
- _____ *Literatura oral no Brasil*. São Paulo, Global, 2006.
- _____ *Cinco livros do povo*, editora da UFPB, João Pessoa, 1994.
- CAMPBELL, Collin. *A ética romântica e o espírito do consumo moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas*. São Paulo, Edusp, 2003.
- _____ *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1999.

- CANCLINI, Nestor *A globalização imaginada*. São Paulo, Iluminuras, 2003.
- _____ *Políticas culturales en América Latina*. México: Grijalbo.
- _____ *Leitores, espectadores e internautas*. Iluminuras, São Paulo, 2008.
- _____ (Org). *Indústrias culturais no Mercosul*, Internacionais Brasileiro de Relações Internacionais, Brasília, UnB, 2003.
- CASTELLS, Manoel. *O poder da identidade*, Vol 2, São Paulo, Paz e terra, 2000.
- Sebrae, pesquisa anual de micro e pequenas empresas, 2002.
- CALDAS, Ricardo e Montoro Tânia, *A evolução do cinema brasileiro no século XX*. Brasília, Casa das musas, 2006.
- CASTRO, Josué, *Geografia da fome*. São Paulo, Paz e terra, 1965.
- CAVAROZZI, Marcelo, *América Latina no Século XXI: em direção a uma nova matriz sociopolítica*. Rio de Janeiro, FGV, 2007.
- CUNHA, Euclides, *Os sertões*. Rio de Janeiro, Global, 2004.
- CUÉLLAR, Pérez Javier, *Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. São Paulo, Papirus|UNESCO, 1996.
- CESNIK, Fábio de Sá. *Guia do incentivo á cultura*. São Paulo, Editora Manole, 2007.
- CURRAN, Mark. *História do Brasil em cordel*. São Paulo, Edusp, 2003
- Indústrias culturais no Mercosul*, Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, Brasília, 2003.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*, Fapesp/Iluminuras, 1999.
- COHN, Gabriel, *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo, editora A. Queiroz, 1978.
- CHIN-TAO Wo. *Privatização da cultura*. São Paulo, Boitempo Editorial, 2006.
- CURRAN, Mark. *História do Brasil em cordel*. São Paulo, Edusp, 2003
- DOUGLAS, Mary, ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro, UFRJ, 2006.
- DREYFUS, Dominck. *Vida de viajante*. Rio de Janeiro, Editora Globo, 2002.
- DURAND, João Carlos. *Arte, privilégio e distinção*. Papirus, São Paulo, 1990.
- DUARTE, Rodrigo e FIGUEREDO, Virginia (org.). *Mimise e expressão*. Editora, UFMG. Belo Horizonte.

- DAUSS, Ronald. O ciclo épico dos cangaceiros na poesia popular do nordeste, Rio de Janeiro, FCRB, 1982.
- DENNING, Michael. *A cultura na era dos três mundos*. São Paulo, Editora Francis, 2006.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo, perspectiva, 2001.
- DUARTE, Rodrigo. *Mimesis e expressão*, Humanitas, Belo Horizonte, 2001.
- DÓRIA, Carlos Alberto. *Os federais da cultura*. São Paulo, Biruta, 2003.
- ELIAS, Norbert. *Os alemães*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2001.
- _____ *Sobre o tempo*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2002.
- _____ *O processo civilizador*, Vol. I e II. Jorge Zahar Editor, 1997.
- _____ *A sociedade dos indivíduos*, Jorge Zahar editor, Rio de Janeiro, 1994.
- _____ *A sociedade de corte*. Jorge Zahar editor, Rio de Janeiro, 2001.
- _____ *Escritos e ensaios: estado, processo e opinião pública*. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2002.
- EVANGELISTA, ELY. A UNESCO e o mundo da cultura, Goiânia, UNESCO|UFG, 2003.
- ECO, Humberto, *Apocalípticos e integrados*. Perspectiva, São Paulo, 2001.
- FARIAS, Edson. *O desfile e a cidade: o carnaval espetáculo carioca*. Editora E-papers, Rio de Janeiro, 2006.
- _____ *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil* Tese de doutorado, defendida no departamento de ciências sociais, da Universidade de Campinas (Unicamp), 2001.
- FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. Rio de Janeiro, 1959.
- _____ *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. Centauro, São Paulo, 1982.
- FOUCAULT, Michael. *Arqueologia do saber*, Rio de Janeiro, Forense, 1986.
- FUNARI, Pedro Paulo e PELEGRINI, Sandra C. A. O que é patrimônio cultural, brasiliense, São Paulo, 2008.

- FONSECA, Maria Cecília Londres e CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros e Castro. *Patrimônio Imaterial no Brasil: legislação e políticas estaduais*, UNESCO, Brasília, 2008.
- GAY, Peter. *Guerras do prazer: a experiência burguesa*. São Paulo, Companhia das Letras, 2001.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, Editora Unesp, 1992
- _____ *Modernidade e identidade*. Jorge Zahar editor, Rio de Janeiro, 2002.
- GOFF LE, Jacques, *A história nova*. São Paulo, Martins Fontes, 2005.
- GUERRA, Alexandre, *Atlas da nova estratificação social no Brasil*, volume I, *classe média: desenvolvimento e crise*, São Paulo, editora Cortez, 2006.
- GRUNSPAN-JASMIN, Élise. *Lampião: o senhor do sertão*. Edusp, São Paulo, 2006.
- GUSTAVO Casseb Pessoti, *A indústria fonográfica no Brasil e na Bahia*, Edufba, Salvador, 1984.
- GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: trajetória no Subdesenvolvimento*. Paz e Terra, São Paulo, 1986.
- HALL, Stuart. *Identidades e mediações culturais*, Humanitas, Belo Horizonte, 2003.
- HERMET, Guy, *Cultura e desenvolvimento*. Vozes, Petrópolis, 2002.
- Transe/Sol/UnB, Brasília, 1996.
- LIMA, Rossini Tavares. *A ciência do folclore*. São Paulo, Martins Fontes, 2003.
- LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*, São Paulo, Paz e terra, 2002.
- _____ *Escritos e ensaios: Estado, processos e opinião pública*. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2002.
- OLIVEIRA, Francisco. *Critica à razão dualista*, São Paulo, Paz e terra, 1983.
- _____ FERNANDES, Florestan. *O folclore em questão*. Hiutec, São Paulo, 1989.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1996.
- _____ *O desmanche de cultura*. São Paulo, Studio Nobel, 1998.
- FUNARI, Pedro Paulo (org). *Turismo e patrimônio cultural*. São Paulo, Turismo Contexto, 2005.

- FREDRIC, Jameson. *Virada cultura*. São Paulo, Civilização brasileira, 2006.
- HOBBSBAWM, Eric. *História social do jazz*, Paz e terra, São Paulo, 2007.
- HABERMAS, Jurgen. *Técnica e ciência como ideologia*. Edições 70, Lisboa, 1978.
- HUGHES, Howard. *Artes, entretenimento e turismo*. São Paulo, editora Roca, 2004.
- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). *Patrimônio Imaterial e biodiversidade*. Revista do patrimônio, nº 32, 2005, Brasília.
- JOHN, Ruskin. *Economia política da arte*. Record, São Paulo, 2004.
- LIMA, Ricardo Gomes, *Artesanato e arte popular*, Rio de Janeiro, UFRJ, 2004.
- LONDRES, Cecília, *Patrimônio imaterial*. Rio de Janeiro, Tempo brasileiro, 2001.
- MARTINS, Eckert (Org), *O imaginário e o poético nas ciências sociais*, São Paulo, Edusc, 2005.
- MADEIRA Maria Angélica e VELOSO, Mariza. *Descobertas do Brasil*. Brasília, Editora da Universidade de Brasília, 2001.
- MEDEIROS, Marcelo, *O que faz os ricos ricos*. São Paulo, editora Hucitec, 2005.
- MARX, Murillo: *Cidade brasileira*. São Paulo, Melhoramentos/EDUSP, 1980.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Festa no pedaço. Cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo, Unesp, 1998.
- MATOS, Cláudia Neiva. *A poesia popular na república das letras*. Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 1994.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
- MARCUSE, Herbert. *Cultura e sociedade*. São Paulo, Paz e terra.
- MANNHEIM, Karl. *Sociologia da cultura*. São Paulo, Perspectiva, 1974.
- MATTELART, Armand. *Diversidade cultural e mundialização*, Parábola, São Paulo, 2005.
- MARTINS, José de Souza (Org). *O imaginário e o poético nas ciências sociais*. Edusc, Santa Cruz do Sul, 2005.
- MALLORQUIN, Carlos. *Celso Furtado: um retrato intelectual*. UFRJ, Rio de Janeiro, 2005
- MICELI, Sérgio (org). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo, Diffel, 1984.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1984.

MORAES, Geraldo e Peters Débora, *Diversidade cultural e a convenção da UNESCO*. Coalização Brasileira pela Diversidade Cultural, Brasília, 2006.

MOTTA, Carlos Guilherme. *Ideologia e política no Brasil, 1930-1988*. São Paulo, Paz e terra.

MIRA, Maria Celeste e VARGAS, Luna, *Sociabilidade juvenil e práticas culturais tradicionais em São Paulo*, Encontro da Associação Brasileira de Antropologia, Porto Seguro, Ba, 2008.

MICELI, SÉRGIO. *Intelectuais à brasileira*. Companhia das Letras, São Paulo, 1999.

_____ *A noite da madrinha*. São Paulo, Perspectiva, 1973.

MORIN, Edgard. *Cultura de massa no século XX*. São Paulo, Forense Universitária, 1984.

MEDEIROS, Marcelo. *O que faz os ricos ricos*. São Paulo, Hucitec|Anpocs, 2005.

MELLO, Frederico Pernambucano, *Guerreiros do sol*. Recife, editora Girafas, 2004.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo*. São Paulo, Mauad, 2003.

Ministério da Cultura. *1º Conferencia Nacional de Cultura 2005|2006: Estado e sociedade construindo políticas públicas de cultura*. Brasília, 2007.

NATALE, Edson. *Guia brasileiro de produção cultural*. São Paulo, Zé do livro, 2007.

NATALE, Edson. *Guia brasileiro de produção cultural*. São Paulo, Zé do livro, 2007.

NEMER, Silvia. *Glauber Rocha e a literatura de Cordel*. Rio de Janeiro, Funarte, 2007.

NORA, Pierre. *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. In: *Projeto história*. São Paulo, nº 10, p.7-28, dez.1993.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). *Teorias e políticas da Cultura: visões multidisciplinares*. Salvador, Edufba, 2007.

OLIVIERI, Cristiane Garcia. *Cultura neoliberal*. São Paulo, Instituto Pensarte, 2006.

_____ *Guia brasileiro de produção cultural*, Zé do Livro, São Paulo, São Paulo, 2007.

Instituto Cultural Cidade Viva. *Perfil de Empresas patrocinadoras*. São Paulo, Record.

OLIVEIRA, Ana Gita (Org). *Patrimônio imaterial*. Rio de Janeiro. Tempo brasileiro, 2001.

OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo*. Vozes, Petrópolis, 2006.

- OLIVEIRA, Francisco: *A economia brasileira, crítica à razão dualista*, Petrópolis, Vozes, 1985.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense, 2001.
- _____ *Cultura e modernidade*. São Paulo, Brasiliense, 1991.
- _____ *Românticos e folcloristas*. Olho D'água, São Paulo, 1992.
- _____ *Cultura brasileira e identidade nacional*. Brasiliense, São Paulo, 2003.
- _____ *Mundialização da cultura*. Brasiliense, São Paulo, 1996.
- PETERS, Débora e MORAES, Geraldo (Org). *Diversidade cultural e a convenção da*
- PUTERMAN, Paulo. *Indústria cultural: agonia de um conceito*. São Paulo, Perspectiva, 1994
- Programa Cultura Viva, relatório de avaliação institucional*. Rio de Janeiro, Laboratório de Políticas Públicas (LPP), Universidade Federal Fluminense (UFF), 2006.
- QUIEIROZ, Rachel. *O quinze*, Civilização brasileira, Rio de Janeiro, 1984.
- RAMOS, José Mario Ortiz. *Cinema, televisão e publicidade*. São Paulo, Annablume, 2004
- _____ *Cinema, Estado e lutas culturais*. São Paulo, Paz e terra, 1983.
- RAMOS, Graciliano. *Vidas secas*, José Olímpio, São Paulo, 1974.
- REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável*, São Paulo, Manole, 2007.
- _____ *Marketing cultural*, São Paulo, Thompson, 2003.
- RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro*, São Paulo, Record, 2000.
- _____ *artistas e política no Brasil pós-1960: itinerários da brasilidade*, in: *Intelectuais e estado*, RIDENTE, Marcelo, BASTOS, Elide, ROLLAND, Denis (Org), São Paulo, Edusp, 2006.
- ROCHA, Amara, *Nas ondas da modernização*. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2007.
- RUBIM, Albinos Canelas (Org), *Teorias e políticas da cultura*, Edufba, Salvador, 2006.
- SANTILLI, Juliana. *Socioambientalismo e novos direitos – proteção jurídica e diversidade biológica e cultural*. São Paulo, editora Pierólolis, 2005.
- SIDEKUM, Antônio (Org). *Alteridade e multiculturalismo*. Editora Unijui, Porto Alegre, 2003.
- SILVA, Maria Aparecida Moraes, *O avesso do trabalho*. São Paulo, Expressão popular, 2006.

- SOUZA, Jessé. *A atualidade de Max Weber*. UnB, Brasília, 2000.
- STRINATI, Dominic. *Cultura popular – uma introdução*. São Paulo, Hedra, 1999.
- Seminário Nacional de políticas públicas para as culturas populares*. Ministério da Cultura, Brasília, 2006.
- TINHORÃO, José Ramos. *Cultura popular*, Editora 34, São Paulo, 2001.
- _____. *História social da música popular brasileira*. São Paulo, editora 34, 1998.
- TINHORÃO, José Ramos. *Cultura popular: temas e questões*. São Paulo, editora 34, 2001.
- TOLILA, Paul. *Economia e cultura*, Iluminuras, São Paulo, 2007.
- THEODOR, Adorno e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 1985.
- _____. *Cinema, Estado e lutas culturais*. São Paulo, Paz e terra, 1983.
- Seminário Nacional de políticas públicas para as culturas populares*. Ministério da Cultura, Brasília, 2006.
- TEIXEIRA, João Gabriel L.C. (Org) *Patrimônio Imaterial, performance cultural e (re) tradicionalização*, Brasília, Transe/Ceam/UnB, 2004.
- Transe/Sol/UnB, Brasília, 1996.
- TURNER, Victor. *From ritual to theatre*, PAJ Publications, New York, 1982.
- TINHORÃO, José Ramos. *História social da música brasileira*. São Paulo, Editora 34.
- TRAVASSOS, Elizabeth. *Os mandarins milagrosos*. Rio de Janeiro, Funarte|Zahar, 1997.
- TINHORÃO, José Ramos. *Cultura popular: temas e questões*. São Paulo, Editora 34, 2001.
- TAMASO, Isabela, *A expansão do patrimônio: novos olhares sobre velhos objetos*, 54^o Reunião da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).
- WIGGERSHAUS, Rolf. *A escla de Frankfurt*. Rio de Janeiro, Diffel, 2005.
- VILHENA, Luis Rodolfo. *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro 1947-1964*. Rio de Janeiro, FGV e Funarte, 1997.
- VASCONCELOS, Gilberto Felisberto. *Glauber Pátria Rocha livre*, SENAC, São Paulo, 2001.
- VILLA, Marco Antônio. *Vida e morte no sertão*. Ática, São Paulo, 2001.

- VILHENA, Luiz Eduardo (1997) (Cap. III e IV). *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro (1947-1964)* Rio de Janeiro, FGV-Funarte.
- WIGGERSHAUS, Rolf. *A escola da Frankfurt*. Rio de Janeiro, Difel, 2006.
- WIGGERSHAUS, Rolf. *A Escola de Frankfurt*. Difel, Rio de Janeiro, 2002.
- WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Brasília, UnB, 1994.
- _____. São Paulo, Companhia das letras, 2004.
- WILLIAMS, Raymond, *Cultura e sociedade*. São Paulo, Paz e terra, 1989.
- VIANNA, Letícia. *Patrimônio Imaterial: legislação e inventários culturais. A experiência do projeto celebrações e saberes da cultura popular*, in: *Serie encontros e estudos*, 5ª edição, Rio de Janeiro, IPHAN|CNFCP, 2006.
- YÚDICE, George. *Conveniências da cultura*. Editora Humanitas, Belo Horizonte, 2005.
- XAVIER, Ismail. *Sertão mar: Glauber Rocha e a estética da fome*. Cosacnaify, São Paulo, 2007.

5.1 Documentos citados e consultados.

- Banco do Nordeste, *Programa BNB de Cultura*, Fortaleza, 2008.
- Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), *Em busca da tradição nacional, 1947-1964*. Rio de Janeiro, 2008.
- Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP), *Registro e política de salvaguarda para as culturas populares*, Rio de Janeiro, 2006.
- DVD Viva São João*, Guia quatro rodas, editora Abril, 2002.
- Fórum Nacional do Organizadores de Eventos Audiovisuais, *Diagnóstico setorial 2007*. Rio de Janeiro, 2008.
- IBGE, *Sistema de indicadores sociais, uma análise das condições de vida da população brasileira*. Estudos e pesquisas, Brasília, 2008.
- IBGE, *Pesquisa anual de serviços*, Brasília, 2006.
- IBGE, *Sistema de informações e indicadores culturais*, Estudos e pesquisas, Ministério da Cultura, Brasília, 2003.
- IBGE, *Perfil dos municípios brasileiros, cultura*, Ministério da Cultura, Brasília, 2006.
- IBGE, *Estatísticas dos século XX no Brasil*, www.ibge.gov.br

IBGE, *Pesquisa Anual de Orçamento Familiar*, Brasília, 2003.

IPEA, *A iniciativa privada e o espírito público: a evolução da ação social das empresas privadas no Brasil*, Brasília, 2008.

IPEA, *Distribuição espacial da ocupação no setor de turismo: Brasil e regiões*. Rio de Janeiro, 2008.

IPHAN. Decreto 3551/2000.

Itapemirim, *Responsabilidade social: traçando melhores caminhos rumo ao amanhã*, São Paulo, 2007.

ITAU Cultural, *Valores para uma política cultural*. São Paulo, 2006.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), *Arte e cultura popular*, Rio de Janeiro SENAC, *O encantador: seu Teodoro do boi*. Brasília, 2007.

Ministério da Cultura, *Programa Observatório dos Editais*, Brasília, 2008.

Ministério da Cultura, *Plano Nacional de Cultura: diretrizes gerais*, Brasília, 2008.

Ministério da Cultura, *Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil*, Brasília, 2007.

Ministério da Cultura, *Cultura e pensamento*, Brasília, 2007.

Ministério da Cultura, *Seminário Nacional de Políticas Públicas Para as Culturas Populares*, Brasília, 2006.

Ministério da Cultura, *1º Conferência Nacional de Cultura, 2005|2006*. Brasília, 2007.

Secretaria da Cultura do Estado da Bahia, *Balanço da Secult 2008*, Salvador, 2009.

Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, *Turismo da Bahia no século XXI*, Salvador, 2008.

Secretaria de Turismo da Paraíba, *Relatório de pesquisa de demanda turística da Paraíba*, João Pessoa, 2008.

SEBRAE, *Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE na cultura e entretenimento*, Brasília, 2007.

_____ *Pesquisa anual de micro e pequenas empresas 2002*, www.sebrae.org.br

SESI, *Desenvolvendo competências para busca de financiamento e viabilização de projetos culturais, tecnologia SESI de estudos da cultura*, Brasília, 2007.

_____. *O desafio de elaborar e viabilizar projetos culturais sob as diretrizes da tecnologia SESI de cultura*, Brasília, 2007.

_____. *Pesquisa anual de micro e pequenas empresas 2002*, www.sebrae.org.br

Secretaria de Cultura do Estado do Ceará. *Construindo o federalismo cultural: um guia para o gestor municipal de cultura*, Fortaleza, 2007.

UNESCO e Ministério da Cultura, *Patrimônio imaterial: política e instrumentos de identificação documentação e salvaguarda*, Brasília, 2008.

UNESCO, *Convenção Para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial*, Paris, 2003.

UNESCO, *Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, Paris, 2005.

UNESCO, *Caderno de conservação e restauro de obras de arte popular brasileira*, Rio de Janeiro, 2008.

UNESCO, *Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular*, Paris, 2008.

UNESCO. *Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural*. Disponível em http://www.unesco.org.br/publicações/copy_of_pdf/decunivdiversidadecultural.doc. Acesso em 30 nov.2005.

UNESCO. *Informe mundial sobre a cultura – 2000: diversidade cultural, conflito e pluralismo*. São Paulo, Moderna; Paris:UNESCO, 2004.

5.2 Sítios consultados.

www.portinari.com.br

www.ibgre.gov.br

www.sebrae.org.br

www.unesco.org

www.cultura.gov.br

www.secult.gov.br

www.embratur.gov.br

www.guiacampina.gov.br

www.saojoaodabahia.com.br

www.sesi.org.br

www.institutopensarte.org.br

www.institutopensarte.org.br

5.3 Filmes citados.

Cabra Marcado para morrer (1965), Eduardo Coutinho.

Dada, a musa do cangaço.

Deus e o diabo na terra do sol (1963), Glauber Rocha.

O dragão da maldade contra o santo guerreiro (1969), Glauber Rocha.

O pagador de promessas (1964), Anselmo Duarte.

Os fuzis (1964), Ruy Guerra.

Vidas Secas (1963), Nelson Pereira dos Santos.

O cangaceiro (1953), Lima Barreto.

O canto do mar, (1953), Alberto Cavalcanti.

Terra em transe (1967), Glauber Rocha.

5.4 Ficha técnica dos filmes analisados.

Deus e o diabo na terra do sol (1963-64)

DIREÇÃO E ARGUMENTOS: Glauber Rocha.

PRODUÇÃO: Luiz Augusto Mendes.

PRODUTORES ASSOCIADOS: Jarbas Barbosa e Glauber Rocha.

DIREÇÃO E PRODUÇÃO: Agnaldo Azevedo.

ASSISTENTE DE PRODUÇÃO: Paulo Gil Soares e Walter Lima Jr.

DIREÇÃO DE ARTE: Paulo Gil Soares e Glauber Rocha.

FOTOGRAFIA: Waldemar Lima.

CENOGRAFIA E FIGURINO: Paulo Gil Soares.

LETREIROS: Lygia Pape.

SONOGRAFIA: Agnaldo Azevedo e Geraldo José.

GRAVURAS: Calazans Neto.

CARTAZ: Rogério Duarte.

CONTINUIDADE: Walter Lima Jr.

MONTAGEM: Rafael Justo Valverde.

MÚSICA: Heitor Villa-Lobos

CANÇÕES: Sérgio Ricardo e Glauber Rocha.

LOCAÇÕES: Monte Santo, Feira de Santana, Salvador, Canché (Cocorobó) e Canudos (BA).

COMPANHIA PRODUTORA E DISTRIBUIDORA: Copacabana Filmes.

P & B, 35 mm, 125m.

ELENCO: Othon Bastos (Corisco), Maurício do Valle (Antônio das Mortes), Geraldo Del Rey (Manoel), Yoná Magalhães (Rosa), Lídio Silva (Sebastião), Sônia dos Humildes (Dada), Maria Olívia Rebocas Marrom (Cego Júlio), João Gama (padre), Roque Santos, Regina Roseburgo, Billy Davis, Antônio Pinto (coronel), Milton Rosa (Moraes), Mário Gusmão e moradores de Monte Santos.

Vidas secas

GÊNERO: Drama.

DURAÇÃO: 103 min.

LANÇAMENTO: 1963

DISTRIBUIÇÃO: Sino filmes, Rio Fimes e Sagres Vídeo

DIREÇÃO: Nelson Pereira dos Santos

ROTEIRO: Nelson Pereira dos Santos

PRODUÇÃO: Luiz Carlos Barreto

MÚSICA: Leonardo Alencar

FOTOGRAFIA: Luiz Carlos Barreto

DESENHO DE PRODUÇÃO: João Duarte

EDICÃO: Nelson Melli e Rafael Justos

ELENCO: Átila Iório (Fabiano), Genilvado Lima, Gilvan Lima, Orlando Macedo (soldado amarelo), Maria Ribeiro (sinhá Vitória), Jofre Soares (fazendeiros), Pedro Santos, Maria Rosa, José Leite, Antônio Soares, Clóvis Ramos, Gilvan Leite, Inácio Costa, Oscar Souza, Arnaldo Chagas, Vanutério Maia, Gileno Sampaio, Manoel Ordônio, Moacir Costa e Walter Monteiro.