

# Alfredo Manevy

Secretário-executivo do Ministério da Cultura (2008-2010)

**“Na cultura, é preciso olhar à frente. Estamos em um ponto de mutação. Quem continuar acreditando nas ideias velhas, não vai entender o que vivemos e não vai se renovar.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 28 de junho de 2010, em São Paulo.

Alfredo Manevy

Formado em cinema e vídeo e doutor em estética e comunicação audiovisual pela Universidade de São Paulo (USP), Alfredo Manevy foi crítico de cinema. Fundou com um grupo de amigos a revista *Sinopse*, especializada em cinema e políticas públicas. Montou, roteirizou e participou de vários documentários e curtas-metragens, como *Enjaulados* (2003) e *Rotina* (2003). Partiu para a gestão cultural após perceber a difícil equação da produção do cinema brasileiro.

“Era difícil você pensar em fazer cinema sem esbarrar em questões estruturais profundas. Isso me atraiu para a política pública, porque, daquele jeito, a gente ficaria num gueto de produção.” Manevy é secretário-executivo do Ministério da Cultura desde a posse do ministro Juca Ferreira, em 2008. Antes, foi assessor do ministério de 2003 a 2006 e, depois, secretário de Políticas Culturais. Participou da elaboração do primeiro Plano Nacional de Cultura e dos debates que resultaram na criação da Agência Nacional de Cinema (Ancine).

Para Manevy, historicamente o Brasil não teve política pública de cultura. “Ela nunca foi pensada como política estratégica de Estado.” É por isso que o Plano Nacional de Cultura tem como premissa inverter essa situação – “para que essa política cultural possa pactuar bases que transcendam oscilações políticas”. Ele cita o modelo americano que, no início do século 20, contou com respaldos estatais para estimular a nascente indústria do cinema. Ele não acha – nem quer – que o caso brasileiro tenha que fazer o mesmo trajeto monopolista. “Acredito mais em uma economia descentralizada, que valorize artistas, produtores, direito autoral e acesso à cultura – tudo harmonizado.”

## O que é diversidade cultural?

É um espaço de convivência da diferença, das alternativas, das diversas formas culturais que fazem o Brasil. É um conceito que em grande medida a ONU e a Unesco vêm trabalhando no plano internacional – aliás, usa-se muito também a expressão “teoria da cultura”. No caso do Brasil, há uma conotação política muito forte e poderosa, que é o reconhecimento de que as diversas expressões artísticas e culturais das diversas regiões são uma força, não uma fraqueza do Brasil. Parece pouco dizer isso, mas é muito significativo lembrar que há 30 anos os governos militares viam a diversidade cultural como uma ameaça, como uma fraqueza de dispersão territorial, de dispersão de uma visão de Brasil, especificamente de uma identidade que queria se criar de cima para baixo. Isso correspondia a toda uma visão estratégica que se tinha, com conceitos e valores. Não só de quem estava no poder, mas de uma parcela grande da sociedade brasileira que tinha vergonha da sua herança indígena e africana, um complexo colonial que sufocava – e, podemos dizer,

que ainda hoje sufoca certos setores da sociedade – a percepção de que essa diversidade é uma grande força, uma riqueza e um grande potencial do Brasil. Então, diversidade cultural é a convivência das diferentes matrizes: africana, indígena, portuguesa, libanesa, japonesa, italiana. Não há um continente no mundo que não tenha deixado aqui uma marca muito forte, um aporte linguístico, cultural, simbólico, na formação da sociedade brasileira. Todo esse amálgama é diversidade cultural. E do ponto de vista de política pública, isso vira um grande ponto de partida, porque o Estado deixa de ser o vilão, como no passado. Ele era quem perseguia, era aquele que escolhia, por exemplo, o samba como manifestação brasileira e soterrava outras culturas, que eram e continuam sendo muito importantes. Esse Estado passa a ser proativo, reconhecedor e apoiador dessa força. O Ministério da Cultura esteve há algum tempo no interior do Paraná, em uma comunidade de descendentes de poloneses, e foi muito interessante ouvir que eles queriam o reconhecimento de ser brasileiros, que eles não se sentiam reconhecidos pelos brasileiros como brasileiros. O Brasil e o ministério estavam ali para dizer: “Sim, vocês são brasileiros e precisam manter essas tradições, isso enriquece o Brasil”. Essa mudança de paradigma do Estado com a diversidade cultural explica um pouco essas tensões do passado.

### **O que foi a Convenção da Diversidade?**

A Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, promovida por diversos países que compõem a Unesco, está para a cultura assim como o Protocolo de Quioto e o encontro de Copenhague estão para o meio ambiente. Na globalização e na liberalização econômica, que estão muito avançadas no mundo, a tendência é a produção de uma homogeneidade de valores e de cultura pela circulação de mercadoria. Quem possui mais força econômica tem mais poder de impor sua própria cultura sobre o consumo de outros países. A tendência, portanto, é existir países produtores de bens culturais e muitos outros só consumidores destes bens. Contudo, bem cultural não pode ser tratado como sapato, geladeira, automóvel ou outra mercadoria da globalização econômica. Um bem cultural diz respeito aos valores, às identidades, às tradições, aos pensamentos das sociedades planetárias. A convenção da Unesco vem justamente na direção de resguardar o direito de cada país utilizar mecanismos de regulação econômica e jurídica para garantir o desenvolvimento dos seus mercados culturais, o acesso à cultura e o fomento à produção dos seus próprios países. Ao mesmo tempo, a Convenção da Diversidade Cultural não é só nacionalista. Ela não delega a

cada país a defesa da sua cultura sob qualquer critério. Historicamente, há países cujos poderes de Estado sufocaram a diversidade regional e cultural. Como a França, no período da Revolução Francesa. Então, a Convenção da Unesco prevê diretos e deveres. O Estado precisa resguardar a diversidade cultural para fora e para dentro. E o Brasil teve um papel muito importante nessa discussão. O ex-ministro Gilberto Gil, graças à sua força simbólica, colocou o Brasil como um dos países líderes dessa negociação na reta final da assinatura da convenção.

### **Você considera satisfatório o resultado final da convenção?**

É só um primeiro passo, porque a convenção é um documento político. Ela é um acordo muito importante, mas precisa ser implementada. Em função da alternância natural de poder, muitos países que apoiaram a convenção inicialmente passaram a ter governos que não veem com bons olhos esse tratado. Isso faz com que eles mudem suas políticas e reorientem suas posições. Preocupa-me, por exemplo, alguns países discutirem que mais importante do que a convenção é o fundo de apoio à diversidade cultural. Ou seja, os países ricos colocam dinheiro nesse fundo e os países pobres podem solicitar e usar esse dinheiro. Seria uma espécie de FMI da cultura, algo que eu não vejo com bons olhos. A grande força da convenção é o poder regulatório. Ela ajuda a implementar regras, a dar poder aos Estados-nação, e faz com que os governos exerçam políticas culturais. Ajuda a fortalecer os orçamentos da cultura, a fortalecer os sistemas públicos de televisão, a criar políticas de apoio à diversidade cultural e aos “pontos de cultura”. É o que seriam manifestações livres da sociedade nos seus diversos agrupamentos. Essa é força da convenção. Mas a possibilidade de transformá-la em um pequeno fundo para distribuir remessas de recurso para projetos de países pobres é um modelo de volta ao passado, uma tentativa de esvaziar a convenção, o que me preocupa bastante. Estamos vigilantes para evitar que aconteça uma catástrofe – como aconteceu com o meio ambiente – para que a sociedade ganhe lucidez sobre o tema cultural. E o que seria a catástrofe na cultura? Por exemplo, a perda de mais línguas indígenas em um ritmo acelerado e o fim de indústrias culturais em países emergentes, como o cinema na Itália.

### **Entre as inovações da gestão do Ministério da Cultura estava a realização das conferências nacionais. O que isso trouxe de avanços? Qual a diferença da primeira para a segunda Conferência Nacional de Cultura?**

São muitas diferenças. A 2ª Conferência Nacional de Cultura [realizada em

2010] foi muito mais ampla e mais porosa para os artistas e produtores do que a primeira [realizada em 2005]. As conferências são um modelo de participação social e algumas áreas já possuem uma grande tradição. Há 40 anos, a saúde realiza conferências para discutir a saúde brasileira. O setor cultural começou a ter conferências no governo Lula com o objetivo de permitir uma interlocução e uma participação de setores da cultura na cobrança e na fiscalização do avanço do Estado nas políticas culturais. Naturalmente, a conferência não é o único mecanismo dessa interlocução, mas é um espaço fundamental. Há muita participação direta de pessoas que não participam na militância, mas que possuem uma participação na opinião pública. A segunda conferência trouxe os artistas e setores que não tinham tradição de militância política. Não é o objetivo da conferência transformar todos em militantes, isso seria muito ruim para a cultura. Mas estes produtores e artistas possuem uma militância do seu jeito, não da forma convencional. A conferência precisa ser um espaço diferente e aberto, na qual as pessoas do campo cultural tenham a oportunidade de se manifestar. Mais de três mil municípios participaram, com artistas, produtores e empresários. Dobrou o número de cidades que fizeram conferências municipais, o que revela que, para a maior parte dos prefeitos brasileiros, começa a cair a ficha de que a cultura é uma agenda importante. Não dá para dizer que ganhamos a batalha, que há secretarias e fundos de cultura em todo Brasil, mas começa a ser criado um consenso de que a cultura é uma política pública que precisa de mais prioridade. Cerca de 300 mil pessoas participaram de todo o processo da conferência. Debateram a exclusão cultural, a falta de acesso à biblioteca e aos centros culturais, a situação das cidades quilombolas e indígenas, a falta de acesso à tecnologia e à banda larga. O ministério tem recebido propostas de encontro de troncos linguísticos indígenas, o tronco Jê. Os Guaranis fizeram o primeiro encontro nessa relação histórica e foi algo promovido pelo Estado. É claro que o modelo da conferência é piramidal, existem milhares de conferências locais, lá embaixo, que propõem diretrizes que vão afunilando e chegam ao final em uma síntese mais genérica. Se você olhar as diretrizes que saíram da conferência, verá que falam da relação cultura-educação e da cultura como parte dos planos diretores das cidades. Aliás, não adianta falar de política cultural ou de um plano nacional ou municipal de cultura se o plano diretor da cidade, que é quem de fato manda e regula localmente, vai em outra direção. Fica uma coisa abstrata, bem intencionada, mas sem mexer no que importa. No final, isso afunila em um documento-síntese que aponta uma série de recomendações para o futuro.

### O que é o Plano Nacional de Cultura?

Política pública de cultura nunca foi pensada como política estratégica de Estado. A verdade é que o Estado brasileiro teve dois tipos de relação com a cultura no passado. Em alguns períodos do Brasil do século 20, o Estado tinha uma relação com a cultura, mas o objetivo era criar totens de identidade e capitalizar uma relação com certos artistas – fomentar alguns, excluir outros. Claro que eu não posso deixar de reconhecer que, por exemplo, o período Getúlio Vargas teve um marco. A pedido do ministro Gustavo Capanema, o escritor e pesquisador Mário de Andrade fez o projeto do primeiro serviço de patrimônio histórico do país, o que viria a ser o Iphan. O Brasil começou a ter uma política para a cultura, ainda que com censura e perseguição. Com a redemocratização do país, você passa de Estado presente, autoritário, para Estado democrático, porém, ausente. Na Nova República, o Estado se democratiza e as principais instituições culturais são eliminadas do arcabouço institucional: Embrafilme e Funarte somem; o próprio Ministério da Cultura é criado, desaparece e volta a ser criado. Não havia de fato uma percepção do Estado moderno brasileiro de que a cultura é um direito e uma necessidade básica da população, como deve ser reconhecido. Ainda hoje é percebida quase como uma esmola que precisa ser dada para os artistas e produtores que pressionam. Muitos ainda acham que política cultural é uma reação, um reativo a uma pressão de setores mais organizados da cultura que conseguem pressionar o Estado e retirar algum dividendo. E as leis de incentivo refletem muito essa visão, a de um Estado que não quer se responsabilizar e formular políticas. Ele passa dinheiro da forma menos compromissada que existe – por meio de incentivo fiscal, uma maneira de o dinheiro não passar pelo Estado. O dinheiro é retirado antes de entrar via arrecadação de imposto. Mas o que é o Plano Nacional de Cultura? É a expressão de um terceiro momento desta trajetória. Um Estado democrático republicano que se relaciona e assume um papel na cultura. O Plano Nacional de Cultura visa estabelecer metas de dez anos, que transcende a gestão do presidente da República, dos ministros da Cultura, e que fixa metas e que elabora indicadores para que essa política cultural possa pactuar bases que transcendam oscilações políticas. A educação já possui um Plano Nacional de Educação. Outro dia, abri o jornal *Correio Brasileiro* e vi a manchete: “Metas da educação não cumpridas”. O jornalista só pode cobrar aquilo porque existe um plano. É um indicador de Estado, permite que a sociedade se organize em torno de números para cobrar as políticas públicas. Defendo que o Plano de Cultura tenha metas para o Estado e para o mercado também. Não é só o que o Estado precisa fazer: mais dinheiro, mais

Pontos de Cultura, mais filmes realizados, mais acesso a equipamentos culturais. Tudo isso é importante, claro, mas o mercado precisa ter uma meta e indicadores de investimento, de participação nesse processo da sociedade civil.

### **Como pensar uma política que junte estratégia e realização para as urgências?**

O Brasil careceu e carece ainda de pensamento estratégico. Como sociedade, ainda estamos nos organizando para constituir estratégias consistentes de afirmação de aspectos potenciais da nação. Se pegarmos o que a China está fazendo e investindo em animação, por exemplo, isso mostra o que é ter uma estratégia. Eles dizem: “Em dez anos, queremos ser o terceiro maior produtor de animação do mundo. Não temos software, não temos talento na área de desenho, o que a gente tem é tradição cultural forte e escolas de belas artes”. Eles elaboraram um diagnóstico do que tinham e do que não tinham, começaram a promover migração de cérebros dos Estados Unidos e da Índia. E já estão começando a produzir. Em breve, haverá desenho animado chinês de alta qualidade disputando os espaços dominicais, com a criançada assistindo. O Brasil possui uma animação de primeiríssima qualidade, grandes talentos que até pouco tempo se expressavam só por curtas-metragens. Já existem festivais de arte que possuem um papel imenso a cumprir como lugar de expressão e estímulo à experimentação. Sem isso, não se avança. Agora, há grandes nomes da animação brasileira indo para Hollywood, como o Carlos Saldanha [*co-diretor de A Era do Gelo, de 2002, e diretor de A Era do Gelo 2, de 2006, e de A Era do Gelo 3, de 2009*], e outros grandes nomes em estúdios americanos. Um brasileiro também desenhou a nova fase de games, o Kinect da Microsoft. Mas é preciso estratégia para manter os talentos no Brasil. O que o ministério vem defendendo é que se trabalhe no longo prazo. É preciso que o Estado tenha um papel fundamental na constituição desse campo. Quem faz cultura é a sociedade, não é o Estado. Ele não é produtor de cultura, ele cria as bases para a sociedade poder potencializar o que existe. Mas é preciso estratégia para evitar catástrofes ou omissões.

### **Como evitar que aparelhos culturais como livrarias e vídeo locadoras fechem?**

Com políticas públicas. Mas o mercado cultural brasileiro precisa amadurecer. O mercado é muito imediatista, é para poucos, feito para poucos. A gente está longe de ter uma Casas Bahia da cultura, uma área varejista de distribuição de CDs e DVDs. É tudo para as parcelas A e B da população. As

classes C, D e E não têm acesso. Em parte, por causa do Estado, que não criou políticas públicas no passado, enquanto em outros países o mercado foi capaz de chegar a partes maiores da população. O preço do livro é altíssimo no Brasil, o preço de CD e DVD legal e original é altíssimo, inacessível. O mercado não possui políticas promocionais para as classes C, D e E, salvo honrosas exceções. A TV a cabo ocupa uma faixa de banal de mercado, não passa de 10 milhões de brasileiros. Na Argentina, a TV a cabo atinge metade da população. E o mercado brasileiro é tímido, é tacaño, são poucos os setores que topam pensar estrategicamente, fazer propostas, vir para um debate maduro de construção de uma parceria Estado-mercado. Em outras áreas da economia brasileira, você vê essa parceria: na área siderúrgica, no agronegócio, são áreas em que o Brasil continua se notabilizando como grande exportador. O país traz para o centro da sua economia essas *commodities*, que geram um dividendo imediato, mas não agregam valor na sociedade do conhecimento. A economia da cultura brasileira é tímida, não consegue se estruturar em uma estratégia. O ministério vem reconhecendo a economia da cultura como uma economia de estratégia. A esquerda moderna precisa olhar para a economia da cultura como um traço emancipatório e qualificador desse mercado, não como o vilão. Não dá para criar uma sociedade alternativa para os artistas e para os produtores viverem separados da economia real. Precisa criar, na verdade, um deslocamento para novos modelos de negócios, uma economia descentralizada, com pequenas e microempresas que possam se desenvolver, desonerando essa cadeia, além de outras medidas.

### **Se o país mantiver o crescimento econômico, em algumas décadas teremos outras questões culturais fortes: uma nova onda de imigrantes, integração com o Pacífico, talvez um novo momento para o BRIC na área de cultura. Como você vê isso?**

São pontos decisivos. Muitas vezes viajo para representar o ministério e sinto isso muito presente nas conversas. Existe um papel de destaque que o Brasil deve ocupar. Há um vazio de lideranças no mundo hoje com o fim da Guerra Fria, somado à perda de credibilidade das lideranças que ainda são hegemônicas economicamente. A grande contribuição que o presidente Lula deu, do ponto de vista dessa geopolítica internacional, foi ter percebido isso e colocado o país em um novo patamar. Não se pode ficar acanhado, precisamos acabar com o complexo de vira-lata. Agora é aproveitar esse momento geopolítico internacional que favorece reposicionamentos. São a cultura e a política que podem ser o diferencial da liderança brasileira no BRIC. O fato

de o Brasil ser a grande democracia do BRIC, uma democracia vibrante, com uma forte diversidade cultural interna, diferencia-o da China e da Rússia. O Brasil tem uma mensagem e uma contribuição a dar. No plano cultural, não pode ser imperialista, no sentido de impor a cultura brasileira. Por exemplo, Cabo Verde é uma ilha no Atlântico que fala português, embora a maior parte da população fale crioulo – a elite é que fala português. A maior promoção da língua portuguesa lá são as novelas brasileiras. O principal mercado da cidade, de praia, se chama Sucupira em homenagem a *O Bem Amado*. Isso é bacana, é um potencial. Agora, o Brasil tem que ter responsabilidade. Cabo Verde tem uma música extraordinária que não gerou uma economia da cultura local para que os artistas pudessem viver exclusivamente de sua música. São os franceses que ganham dinheiro com música cabo-verdiana. Isso me parece injusto. O Brasil precisa ajudar Cabo Verde no direito autoral e criar mecanismos para gerar uma economia da música. O Brasil precisa entender esse papel novo no mundo e atuar com uma responsabilidade de ser parceiro, trabalhar com solidariedade, e não reproduzir modelos hegemônicos do passado.

### **Fale um pouco sobre as propostas de mudança da Lei Rouanet. O que precisa mudar no financiamento cultural brasileiro?**

A Lei Rouanet completa 20 anos em processo de mudança. No momento em que foi criada, a vida cultural brasileira tinha duas opções: ter Lei Rouanet ou não ter nada. Instituição entrar em crise é normal, só que na hora que uma instituição pública entra em crise, o que você tem que fazer é modernizá-la, não a suprimir, porque aquela necessidade para a qual foi criada continua existindo. A opção política daquele momento, quando as ideias neoliberais eram muito fortes no Brasil e no mundo, era a de que o Estado não tinha papel na cultura, não cabia ter orçamento público para cultura, porque cultura não é parte das tarefas essenciais do Estado brasileiro. Criou-se uma legislação de incentivo fiscal pela qual o Estado deixa de arrecadar impostos e os produtores e artistas passam a captar recursos com patrocinadores. Vinte anos depois, fizemos um diagnóstico: os números falam melhor por si do que qualquer outro comentário político que possa ser feito. Três por cento dos proponentes captaram mais da metade de todo dinheiro, é uma concentração acintosa. Dos 10 mil projetos apresentados anualmente no ministério, só 20% consegue patrocinador. O que eu mais vejo, quando circulo pelo Brasil, são bons projetos debaixo do braço do artista e do produtor, em meio ao amorismo, à informalidade, à dependência. A Lei Rouanet prometia uma relação

madura com o setor privado e isso não se deu. O que existe hoje é um modelo excêntrico. Não criamos uma economia da cultura, nem o chamado capitalismo cultural, que, em tese, a Lei Rouanet prometia. A Lei Rouanet aumentou a dependência do Estado travestida de promoção privada. As marcas das empresas que usaram a Rouanet desfrutaram de uma imagem muito positiva na sociedade e não tenho dúvida de que a lei fez isso. O que as pessoas não sabem é que esse dinheiro é público, que não há dinheiro daquelas empresas na cultura. Foi aí que a Lei Rouanet fracassou. Ela é 95% de dinheiro público, e só 5% de dinheiro daquelas marcas privadas. Se for o contribuinte quem está bancando, o dinheiro não pode ser distribuído dessa maneira, com essa concentração absurda.

### **De todos os modelos de privatização, a renúncia fiscal foi o mais radical?**

Sem dúvida. Dentro todos os modelos de privatização ou de supressão institucional do Estado brasileiro, a cultura foi submetida a um teste de laboratório. As consequências geraram uma profunda desorganização do campo cultural brasileiro. Quando eu digo desorganizaram, é que o empresário cultural que existia nos anos 70 – criativo, que assumia o risco e construía processos culturais – deixou de existir. Passou a existir a figura do captador, uma nova forma edulcorada de chamar o dependente do Estado brasileiro, porque é dinheiro público, incentivo fiscal. Eliminamos a figura do empresário e a variável do risco. Se você elimina a relação tensa e saudável com o público, a Lei Rouanet acaba por absolver a arte no que ela tem de circulação sobre a opinião pública. Ela realmente diminuiu o campo público da arte, a esfera pública na qual a arte circula. Ela engana ao colocar marca privada com dinheiro público. Ela constrange na medida em que artistas conhecidos, que possuem trabalhos sérios na área de teatro, precisam até mudar o final da peça ou a polêmica de um texto – uma cena de nudez, um palavrão – que possa ferir algum patrocinador. Arte não pode ser higienizada. As empresas demoraram a entrar na Lei Rouanet – e não se pode culpá-las, porque essa lei foi criada como um arremedo. Os artistas começaram a bater nas portas das empresas. E as empresas são pragmáticas: possuem seus conselhos administrativos, de comunicação e vão sempre optar por um retorno de imagem. Quem não pode agregar retorno de imagem – eu diria que 90% do que é relevante em cultura brasileira não dá esse tipo de retorno – está fora desse esquema.

### **O que mudou, então?**

Com a reforma, o ProCultura, que é o nome do projeto que o ministério

do governo Lula mandou para o Congresso depois de uma consulta pública, diversifica os mecanismos de apoio ao artista. Como funciona hoje? Dez mil projetos entram no ministério por ano. Esses projetos recebem um parecer técnico, o orçamento e a leitura. São avaliados por pareceristas independentes constituídos pelo ministério. Cada projeto recebe o seu, em cada área da cultura. O ministério aprova esses 10 mil projetos e eles vão para a rua. Quando o ministério aprova, o artista não recebe o dinheiro. Ele recebe um certificado, o que alguns já chamaram de “banco imobiliário”. Você não recebe nada, você vai ocupando as peças do tabuleiro. Você ganha o seu certificado e vai para a rua captar. Fica meses tentando. Alguns, em torno de 20%, conseguem parcialmente algum apoio. Com a reforma, o projeto entra no ministério e recebe um parecer técnico. Sendo aprovado, ele recebe o dinheiro. É simplesmente isso que muda.

**Sobre a desburocratização da arte: quais são os instrumentos possíveis para manter um controle sem que isso engesse o processo de criação?**

O Estado precisa saber diferenciar qual o papel da subvenção pública nesse processo. Existem projetos que precisam de empréstimo, de financiamento. O ministério pode entrar como co-produtor, participar da receita daquela obra e retroalimentar um fundo público que estaria por trás desses apoios diretos aos artistas. É preciso reinventar a figura do empreendedor cultural no Brasil, o micro e pequeno empreendedor cultural. Se você olha para a história do tropicalismo, encontra empreendedores inventivos por trás, assim como no cinema novo. Essas figuras, que percebem o talento e são capazes de gerar o processo cultural, são decisivas nesse processo. O que é preciso fazer para desburocratizar? O mercado cultural brasileiro precisa aumentar. Nesse sentido, quando o ministério defende o acesso à cultura como uma política de cidadania – segundo o IBGE, em torno de 90% da população brasileira não acessa cinema, teatro, livro, livraria – ela também é uma política de economia. Um projeto como o Vale Cultura visa incorporar em torno de 14 milhões de pessoas. Isso vai dobrar, pelo menos, a economia da cultura no Brasil. Isso pode ir ampliando. É a primeira política cultural que tira seu foco da exclusividade do artista, da subvenção ao artista, para ampliar plateias no Brasil. Se um jovem empreendedor for trabalhar para 8% da população brasileira, vai ter que bater na porta do Estado em algum momento, porque ele não tem um pai que é um grande empresário brasileiro para bancá-lo. Hoje, o espaço é muito asfixiado, muito restrito. É preciso lutar contra tudo. Pode parecer muito geral, mas é decisivo quando o Ministério da Cultura chama para si a responsabilidade de

universalizar o acesso e consegue, junto com a Fazenda, desonerar o Simples das pequenas empresas. A Fazenda tinha tirado a cultura do Simples, passado para uma alíquota que piorou muito a situação tributária das empresas culturais. Na hora de voltar para a situação anterior, o ministério lutou para que a desoneração fosse ainda maior para micros e pequenas empresas culturais. São políticas que precisamos ter para o acesso à cultura e à economia da cultura. O burocrata, o captador, o intermediário são coisas do velho Detran: quanto pior o serviço e pior a circulação, mais você precisa do despachante. Os documentos são muitos, os processos são imensos, vive-se de projeto, então você precisa de um despachante. Esse tipo de burocrata existe quando o Estado presta mal o serviço, quando não atende direito, quando os mecanismos são atrasados. Na reforma da Lei Rouanet, uma das metas é modernizar a gestão pública, justamente para esvaziar a figura dos intermediários. Buscar transparência. E fazer com que se tenha uma relação digital com a demanda, ou seja, o parecer poder ser lido no próprio site, tornando dinâmico o processo. Com isso, o ministério pode facilitar a vida do produtor.

**Temos poucos cursos de produção cultural no Brasil e a formação de técnicos é deficiente. Ao mesmo tempo, existe uma mudança tecnológica em curso. Na questão da cultura e da educação, o que precisa ser feito?**

Em uma conversa recente entre os ministros Juca Ferreira e Fernando Haddad, surgiu uma coisa interessante. O Ministério da Educação criou um catálogo de cursos do ensino técnico, superior e mestrado profissionalizante. Qual era a ideia? Os ministros acertaram que, a partir de um diagnóstico de cada área da cultura – da música, do mercado editorial, do teatro, do mestrado profissionalizante, da pós-graduação – esse catálogo do MinC pode ser absorvido pelo MEC para que tenhamos mais Cefets e mais universidades ofertando cursos para as áreas mais carentes. Não podemos esperar que isso venha das instituições de ensino, porque é outro ritmo. Para surgir um curso universitário de cinema, os professores precisam se organizar, propor aquilo. Muitas vezes é a partir de uma leitura local. A ideia do ministério é induzir esse processo para a formação de cenografistas, técnicos, produtores culturais, gestores públicos, especialistas em crítica, todos os elos precisam ser contemplados. O objetivo é que o MinC passe a atuar junto com o MEC, nessa área.

**E a crítica sobre produção cultural? Ela ainda é muito tímida no Brasil. Há uma efervescência de produção que não chega à reflexão. Qual a estratégia para isso mudar?**

A crítica cultural possui um papel decisivo na cadeia criativa da cultura.

Qualifica os processos, gera espaços de reflexão e amadurecimento estético. Um pouco da minha relação com a política pública se deve ao fato de ter trabalhado com cinema no final dos anos 90, em um momento muito difícil para o cinema brasileiro. Era difícil você pensar em fazer cinema sem esbarrar em questões estruturais muito profundas do campo. Isso me atraiu muito para a política pública, porque vi que daquele jeito a gente ia ficar muito isolado, em um gueto de produção, isolado da sociedade e da reflexão também. A crítica de cinema e de televisão são importantes para evitar o corporativismo, que é um mal da cultura brasileira, sobretudo na forma política como ela se organiza. Passa-se a mão na cabeça em nome da afirmação. É claro que eu entendo que, depois de um vazio que foi o período do Collor e do Fernando Henrique Cardoso, o setor tenha cerrado fileiras para defender a necessidade da cultura brasileira. Mas não houve uma visão estratégica de incorporar uma visão estética independente do que estava sendo feito. Conheço muitos talentos jovens que foram prejudicados por esse processo de passar a mão na cabeça, de culto à genialidade, à autoria. O Brasil precisa desenvolver instituições independentes que consigam aprimorar a esfera pública, porque é ela que qualifica o artista. Todos os grandes momentos da arte brasileira estavam misturados a um processo de debates de ideias e de arejamento extraordinário. Qual o papel do Estado nesse processo? A gente defende isso no ministério: é preciso fomentar espaços de autonomia desse pensamento crítico com revistas e publicações. Editar o programa Cultura e Pensamento é um mecanismo de fomento. Agora, no novo Fundo Nacional de Cultura, que é parte do ProCultura, haverá um mecanismo de apoio para a crítica. A cultura e a arte brasileira são de imensa qualidade. A gente não pode arriscar perder força e dinamismo por certo espírito de protecionismo. Isso não combina com inovação.

### **Após a gestão Gilberto Gil e Juca Ferreira, o que é preciso ser feito na próxima década da política cultural?**

Muita coisa. A língua portuguesa, por exemplo, é estratégica, é o terreno no qual a gente vai navegar. A França adotou políticas para o francês, a Espanha para o espanhol e o Brasil precisa ter uma política para a língua portuguesa, feita com os países da África, com Portugal, e com muita clareza de propósitos. Também precisamos perceber que a música é um grande difusor da língua portuguesa no mundo inteiro, assim como a televisão e os escritores. O escritor angolano José Eduardo Agualusa, por exemplo, defende uma política para a língua portuguesa. Então, o Brasil precisa propor isso. E essa proposta deve ser feita pela cultura, pela educação e pelo Itamaraty juntos. Um segun-

do ponto é a área de banda larga. É preciso ter uma política para os conteúdos digitais mais agressiva do que a gente conseguiu fazer. Precisamos criar pólos de inovação, pólos criativos, pólos de *uploads* de conteúdos para enriquecer a rede e ser o contrapeso da universalização da banda larga. Não adianta universalizar o serviço de conexão, se a sociedade não está com todas as condições de trabalho, de ferramentas, de debate e de fluxos culturais para fazer o uso pleno dessas ferramentas. Em terceiro lugar, a economia da cultura. O Ministério da Cultura, nesses últimos oito anos, afirmou essa agenda do Brasil. Ela é discutida em secretarias estaduais, municipais, por entidades e empresas. O ministério abriu uma relação inovadora com o BNDES, que criou um departamento para a economia da cultura, também com a Apex, fez os estudos com o IBGE, ensaiou movimentos com a moda, com os jogos eletrônicos, tudo isso é positivo. Está na hora de ter uma política para a economia da cultura percebendo que a universalização do acesso, combinado com uma política às pequenas e às médias empresas culturais, vai contribuir com um sistema de inovação, no qual cultura, ciência e tecnologia vão estar juntos. Essa é uma onda que não podemos perder. Para não ser um país agroexportador daqui a 50 anos, precisamos afirmar esse tema como estratégico, abrir o debate e enfrentar alguns “donos da bola” que existem – o Ecad e alguns outros monopólios que precisam abrir suas caixas pretas. Isso trará um arejamento. O Estado deve apresentar políticas de capacitação, formação, apoio a esses núcleos para potencializar essa economia da cultura, assim como os norte-americanos fizeram no início do século 20, quando o Estado entrou e criou Hollywood. Quando digo “criou” é no sentido de cumprir o seu papel, dar as bases para que aquelas nascentes companhias pudessem florescer. O modelo brasileiro não vai ser esse, de um cartel de empresas dominando o mercado. Acredito mais em uma economia descentralizada, horizontal, valorizando os artistas e produtores, o direito autoral, o direito de acesso à cultura, tudo harmonizado. Cito o modelo americano porque sempre ouço: “A América é um lugar onde o Estado não tem papel”. Hoje não tem, mas teve no passado, antes de muitos países, inclusive dos franceses, dos europeus. Os americanos sacaram logo que ali era um ponto de virada, de mutação, e se anteciparam, saíram 30 anos na frente. O Estado desonerou, atuou, tirou os franceses do mercado americano e criou um mercado nacional para o cinema americano. O mercado americano de cinema era ocupado pelos franceses nos anos 10. E Hollywood não era o que é hoje. Foi à Casa Branca, pediu políticas e houve uma resposta. Agora estão aí com 80% ou 90% das telas no mundo.

**Olhando para um cara que quer começar a trabalhar na área de cultura, o que ele precisa fazer? O que é trabalhar na área de cultura?**

Precisa olhar à frente do seu momento, entender que a gente está em um ponto de mutação, no ponto de virada estratégica. Quem continuar acreditando nas ideias velhas não vai entender esse momento que vivemos. É preciso estar muito aberto e disponível para se renovar. Há muito curso universitário que eu não hesito em chamar de amador e despropositado, por formar pessoas para ir bater de porta em porta das empresas para conseguir patrocínio. Não se precisa de universidade para aprender a fazer isso. As universidades precisam cumprir outro papel. Quem está começando no mercado precisa ficar muito atento para não cair nas armadilhas do passado e nesse processo congestionado e dependente da cultura. Se for um produtor cultural, ele pode estar atento às áreas de telefonia e TV digital. O Projeto de Lei 29/2007, que tramita no Congresso, vai abrir esse mercado de produção de conteúdo no Brasil e criar novas possibilidades para pequenos empreendedores em todas as regiões. É hora de estar atento a essa nova economia da cultura que está surgindo. E não é economia da dependência do patrocínio ou dos falsos mecenas – aqueles que usam roupa de moderninho, de independente, mas é subsidiado como uma família que recebe o Bolsa Família. É preciso inovar em novos modelos de negócio, olhar para o conjunto da sociedade brasileira e para esse novo Brasil que está surgindo. Quem chega agora precisa estar muito atento e aberto para não reproduzir tendências. São sugestões modestas, porque o caminho agora também precisa ser inventado.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/alfredo-manevy/>